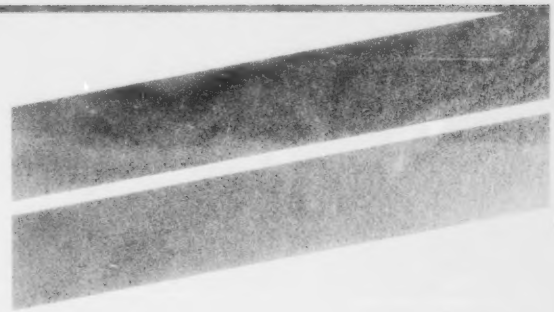
MINISTÈRE DES COMMUNICATIONS

Publié par la
Direction générale
des médias



Rapport statistique sur les médias québécois

Septembre 1989

Québec

MINISTÈRE DES COMMUNICATIONS

Publié par la
Direction générale
des médias

Rapport statistique sur les médias québécois

Septembre 1989

Québec

Le contenu de cette publication a été réalisé par la **Direction générale des médias** du ministère des Communications du Québec

Recherche et coordination, informatique, rédaction et mise en page:
Yvon Bolduc

Collecte des données:
Bernard Bégin
Yvon Bolduc

Révision:
Jean-Pierre Lamonde

Dépôt légal - 3e trimestre 1989
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 2-550-20018-7
(c)Gouvernement du Québec, 1989

Table des matières

Chapitre 1 Comparaisons inter-sectorielles

1.1 Nombre de médias/catégorie/région 2
1.2 Clientèles des médias/catégorie/région 3
1.3 Nombre de médias/catégorie/langue 4
1.4 Nombre de filiales et de compagnies/catégorie/propriété 5
1.5 Compagnies possédant deux filiales ou plus/catégorie 6
1.6 Utilisation des médias pour suivre l'actualité 7
1.7 Média jugé le plus important pour suivre divers types de nouvelles 8
1.8 Recettes, dépenses et bénéfices/catégorie 9
1.9 Salaires, nombre d'employés et salaire moyen/catégorie 10

Chapitre 2 La presse écrite

Description

2.1 Nombre de titres, tirage, tirage moyen/catégorie **12**
2.2 Nombre de titres/catégorie/région **13**
2.3 Tirage/catégorie/région **14**
2.4 Nombre de titres/catégorie/langue **15**
2.5 Tirage/catégorie/langue **16**
2.6 Nombre de titres/catégorie/classes de tirage **17**

Description, hebdos régionnaux seulement

2.7 Nombre de titres, tirage, tirage moyen/type de distribution **18**
2.8 Nombre de titres, tirage/type de distribution/région **19**
2.9 Nombre de titres/langue/région **20**
2.10 Nombre de membres/association professionnelle/langue **21**
2.11 Nombre d'affiliés/association commerciale/type de distribution **22**

Propriété

2.12 Nombre de titres/catégorie/concentration de la propriété **23**
2.13 Distribution des compagnies possédant deux filiales ou plus **24**
2.14 Nombre de quotidiens et d'hebdos régionaux/concentration par ville **25**

Contenu

2.15 Type de contenu/catégorie **26**
2.16 Répartition information-publicité/catégorie **27**

Pénétration-consommation

2.17 Taux de pénétration/catégorie **28**
2.18 Taux de pénétration des hebdomadaires régionaux/région **29**
2.19 Perception de la lecture des catégories de médias écrits **30**
2.20 Temps de lecture d'un quotidien, la veille **31**
2.21 Temps de lecture d'un hebdo national, la semaine précédente **32**
2.22 Temps de lecture d'un hebdo régional, la semaine précédente **33**
2.23 Temps de lecture d'un périodique, le mois précédent **34**
2.24 Lecture d'au moins un périodique québécois **35**
2.25 Provenance des périodiques lus ou feuilletés **36**
2.26 Fréquence de lecture de diverses sections dans les journaux **37**

Économie

2.27 Coût par mille moyen/catégorie **39**
2.28 Coût par mille moyen des hebdomadaires régionaux **40**
2.29 Coût par mille/grosseur de la compagnie-mère **41**
2.30 Tarifs publicitaires moyens/catégorie **42**

Chapitre 3 La radio

Description

3.1 Nombre de stations/type technique/langue/région **44**
3.2 Nombre de stations/type technique/langue/affiliation **45**
3.3 Nombre de stations/affiliation/région **46**
3.4 Durée d'affiliation à un réseau/type technique **47**
3.5 Nombre de stations/type technique/langue **48**

Propriété

3.6 Nombre de stations/type de propriété/région **49**
3.7 Nombre de stations/type technique/concentration de la propriété **50**
3.8 Distribution des compagnies possédant deux filiales ou plus **51**

Contenu

3.9 Programmation/type technique/langue/type de propriété **52**
3.10 Nombre moyen d'heures par catégorie de programmation/affiliation **53**
3.11 Abonnement aux agences de nouvelles/type technique **54**

Pénétration-consommation

3.12 Portée et nombre d'heures d'écoute/type technique/langue **55**
3.13 Portée et nombre d'heures d'écoute/affiliation **56**
3.14 Portée et nombre d'heures d'écoute/affiliation sportive **57**
3.15 Temps d'écoute de la radio, la veille/sexe/langue **58**
3.16 Temps d'écoute de la radio, la veille/âge **59**

Économie

3.17 Bilan de l'industrie **60**
3.18 Recettes et dépenses de l'industrie **61**
3.19 Effectifs, salaires et bénéfices de l'industrie **62**

Chapitre 4 La télévision

Description

4.1 Nombre de stations/réseau/langue/région **64**

Propriété

4.2 Nombre de stations/type de propriété/région et langue **65**
4.3 Nombre de stations privées/concentration de la propriété **66**

Contenu

4.4 Offre des différents genres d'émissions **67**

Pénétration-consommation

4.5 Portée et nombre d'heures d'écoute/langue/type de propriété **68**
4.6 Portée et nombre d'heures d'écoute/affiliation **69**
4.7 Temps d'écoute de la télévision, la veille/sexe/langue **70**
4.8 Temps d'écoute de la télévision, la veille/âge **71**
4.9 Fréquence d'utilisation du téléviseur à diverses fins **72**
4.10 Niveau d'intérêt à utiliser le téléviseur à diverses fins **73**
4.11 Utilisation et intention d'achat d'un magnétoscope **74**
4.12 Utilisation et intention d'achat d'un micro-ordinateur **75**

Écoute de la télévision, région de Montréal, de 1968 à 1988

4.13 Chez les deux ans et plus **76**
4.14 Graphique, deux ans et plus **77**
4.15 Chez les 18 ans et plus **78**
4.16 Graphique, 18 ans et plus **79**
4.17 Chez les 12 à 17 ans **80**
4.18 Graphique, 12 à 17 ans **81**
4.19 Chez les 2 à 11 ans **82**
4.20 Graphique, 2 à 11 ans **83**

Écoute de la télévision de 1983 à 1988, au Québec, en Ontario et au Canada

4.21 2 ans et plus, 18 ans et plus, 12 à 17 ans, 2 à 11 ans **84**
4.22 Graphique, 2 ans et plus **85**
4.23 Graphique, 18 ans et plus **86**
4.24 Graphique, 12 à 17 ans **87**
4.25 Graphique, 2 à 11 ans **88**

Économie de la télévision privée, 1986

4.26 Bilan de l'industrie **89**
4.27 Recettes et dépenses de l'industrie **90**
4.28 Effectifs, salaires et bénéfices de l'industrie **91**

Chapitre 5 La câblodistribution

Description

5.1 Nombre de réseaux et nombre d'abonnés/région 94
5.2 Petits et grands réseaux/région 95

Propriété

5.3 Nombre de réseaux/concentration de la propriété 96
5.4 Répartition des compagnies selon le nombre de leurs abonnés 97

Contenu

5.5 Nombre de réseaux, d'abonnés, de services de télévision offerts 98
5.6 Nombre de réseaux et d'abonnés/services de base offerts 99
5.7 Nombre de réseaux et d'abonnés/services supplémentaires offerts 100
5.8 Nombre de réseaux et d'abonnés/services de télévision payante 101
5.9 Nombre de réseaux et d'abonnés/nombre de stations de radio offertes 102

Pénétration-consommation

5.10 Pénétration et offre de câblodistribution 103
5.11 Taux de pénétration en pourcentage 104
5.12 Niveau de câblage en pourcentage 105
5.13 Taux de branchement, offre et taux de pénétration/région 106
5.14 Taux de pénétration de la TVP/région 107
5.15 Abonnement au câble et à la TVP 108
5.16 Abonnement et intention d'abonnement à un canal spécialisé 109
5.17 Coût mensuel d'un canal spécialisé pour enfants 110

Économie

5.18 Nombre de systèmes et d'abonnés 111
5.19 Ménages desservis par les câblodistributeurs (plus de 1000 abonnés) 112
5.20 Bilan de l'industrie, entreprises de plus de 1000 abonnés 113
5.21 Recettes et dépenses de l'industrie (plus de 1000 abonnés) 114
5.22 Effectifs, salaires et bénéfices (plus de 1000 abonnés) 115

Présentation

Le ministère des Communications du Québec, ayant la responsabilité de suivre et de favoriser le développement des entreprises de communication, se doit de disposer de banques de données contenant le plus de renseignements possible sur tous les secteurs des médias québécois.

C'est pourquoi, depuis 1978, des banques de données informatisées ont été constituées et élargies afin de permettre aux analystes de la Direction générale des médias de mieux connaître les entreprises de communication et d'obtenir les informations nécessaires à l'élaboration et l'évaluation de projets de développement des médias.

C'est la quatrième année que la Direction générale des médias présente un rapport élaboré à partir du contenu de ses quatre banques de données: presse écrite, radio, télévision et câblodistribution.

L'inventaire retenu pour chacun des secteurs est le suivant:

Presse écrite: 584 titres; quotidiens, hebdomadaires et périodiques ayant une adresse d'affaires au Québec ou dont la majorité du tirage est distribuée au Québec.

Radio: 117 stations titulaires de licence du CRTC, en vigueur le 31 août 1987, ayant leur adresse d'affaires au Québec, mais excluant les stations amérindiennes et inuit.

Télévision: 34 stations titulaires de licence du CRTC, en vigueur le 31 août 1987, ayant leur adresse d'affaires au Québec.

Câblodistribution: 137 réseaux (comprenant la télévision payante) titulaires de licence du CRTC, en vigueur le 31 août 1987, ayant leur adresse d'affaires au Québec.

Le premier chapitre contient des comparaisons inter-sectorielles, alors que les quatre autres chapitres concernent un des secteurs mentionnés ci-haut. Les cinq thèmes suivants sont développés dans chacun d'eux.

Description
Nombre de médias selon la région, la langue, la catégorie (quotidiens, hebdomadaires et périodiques), le type technique (MA,MF) et l'affiliation à un réseau (radio ou télévision).

Propriété
Nombre de médias selon le type de propriété (privée, publique ou communautaire). Concentration de la propriété (nombre de compagnies possédant un seul ou plusieurs médias). Distribution décroissante des compagnies possédant 2 filiales ou plus.

Contenu
Nombre de médias écrits selon le type de contenu (information générale ou spécialisée) et proportion de l'information et de la publicité dans la presse écrite.

Nombre d'heures ou proportion du temps d'antenne alloué en radio ou en télévision à différentes catégories de programmation (nouvelles, musique populaire, publicité, divertissement, sports, etc.).

Nombre de réseaux (SRQ, SRC, TQS, CBC, CTV, TVA, TVFQ, américains, services de télévision payante et de stations de radio) offerts par les câblodistributeurs.

Pénétration-consommation
Tirage des journaux et périodiques, portée et nombre d'heures d'écoute de la radio et de la télévision (selon les sondages BBM) et nombre d'abonnés et de ménages desservis par la câblodistribution.

Perception des Québécois quant au temps accordé à la lecture des médias écrits, à l'écoute de la radio et de la télévision.

Possession et intention d'achat d'un magnétoscope et d'un micro-ordinateur. Abonnement et intention d'abonnement à la télévision payante et aux canaux spécialisés.

Économie
Coût pour atteindre 1000 lecteurs et tarif publicitaire moyen en presse écrite.

Bilan, recettes, dépenses, effectifs, salaires et bénéfices de l'industrie privée de la radiodiffusion, de la télévision et de la câblodistribution.

Les informations alimentant les quatre banques de données ont été colligées à partir de plus de quinze sources différentes décrites en détail dans la bibliographie.

Le présent rapport s'adresse aux ministères et organismes gouvernementaux, aux chercheurs des milieux de l'enseignement, de la publicité et des médias et à toute personne ou institution intéressée à disposer de statistiques sur les médias québécois.

La formule retenue pour cette quatrième édition du **Rapport statistique sur les médias québécois** constitue le résultat de différents choix exercés par ses auteurs, tant sur son contenu que sa présentation.

Notes:

Les informations contenues dans certains tableaux datent de plusieurs années. Ces tableaux sont repris dans ce rapport, vu leur pertinence pour une vision d'ensemble du secteur des médias.

La maison Maclean Hunter ltée se dégage de toute responsabilité concernant l'extrapolation, la compilation et l'interprétation de données recueillies dans les CARD, cette publication n'étant pas conçue à cet effet.

Chapitre 1 Comparaisons inter-sectorielles

1.1 Nombre de médias/catégorie/région 2
1.2 Clientèles des médias/catégorie/région 3
1.3 Nombre de médias/catégorie/langue 4
1.4 Nombre de filiales et de compagnies/catégorie/propriété 5
1.5 Compagnies possédant deux filiales ou plus/catégorie 6
1.6 Utilisation des médias pour suivre l'actualité 7
1.7 Média jugé le plus important pour suivre divers types de nouvelles 8
1.8 Recettes, dépenses et bénéfices/catégorie 9
1.9 Salaires, nombre d'employés et salaire moyen/catégorie 10

TABLEAU 1.1

Répartition régionale des médias, par catégorie, Québec, 1987.

Régions administratives	Quotidiens		Hebdos nationaux et régionaux		Périodiques et autres		Radio		Télévision		Câblodistribution		Total		Population
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	-	-	14	6,7	2	0,5	13	11,1	5	14,7	13	9,4	47	5,4	3,5
Saguenay-Lac-St-Jean	1	8,3	9	4,3	3	0,8	10	8,5	4	11,7	11	8,0	38	4,3	4,3
Québec	2	16,6	27	12,9	31	8,5	21	17,9	6	17,6	31	22,6	118	13,5	15,1
Trois-Rivières	1	8,3	15	7,2	8	2,2	8	6,8	2	5,8	22	16,0	56	6,4	7,4
Estrie	2	16,6	9	4,3	2	0,5	8	6,8	2	5,8	18	13,1	41	4,7	3,9
Montréal	5	41,6	106	50,9	310	85,6	34	29,0	7	20,5	26	18,9	488	56,0	56,6
Outaouais	1	8,3	15	7,2	4	1,1	6	5,1	2	5,8	2	1,4	30	3,4	4,4
Abitibi-Témiscamingue	-	-	6	2,8	2	0,5	9	7,6	4	11,7	7	5,1	28	3,2	2,2
Côte-Nord	-	-	7	3,3	-	-	8	6,8	2	5,8	6	4,3	23	2,6	1,5
Nouveau-Québec	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,7	1	0,1	0,5
Total	12	100,0	208	100,0	362	100,0	117	100,0	34	100,0	137	100,0	870	100,0	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, mai 1987.
CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.
Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications Inc., juin 1987.
Population estimée par le Bureau de la statistique du Québec, juin 1987.

TABLEAU 1.2

Répartition régionale des clientèles des entreprises de communication, Québec, 1987.

Régions administratives	Quotidiens		Hebdos nationaux et régionaux		Périodiques et autres		Radio		Télévision		Câblodistribution	
	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Portée[a]		Portée[a]		Abonnés	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	-	-	154 338	3,6	6 420	0,0		-		-	24 413	1,7
Saguenay-Lac-St-Jean	34 726	2,9	240 589	5,7	29 500	0,2		-		-	60 432	4,4
Québec	224 416	19,0	525 327	12,5	762 930	7,2		-		-	208 740	15,2
Trois-Rivières	56 774	4,8	276 147	6,5	28 300	0,2		-		-	105 819	7,7
Estrie	48 422	4,1	87 912	2,0	6 200	0,0		-		-	62 278	4,5
Montréal	773 196	65,6	2 565 465	61,1	9 680 915	91,9		-		-	813 547	59,5
Outaouais	40 090	3,4	245 334	5,8	4 000	0,0		-		-	52 320	3,8
Abitibi-Téniscamingue	-	-	36 382	0,8	10 689	0,1		-		-	25 530	1,8
Côte-Nord	-	-	64 700	1,5	-	-		-		-	14 000	1,0
Nouveau-Québec	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	0,0
Total	1 177 624	100	4 196 194	100	10 528 954	100	5 546 600	-	6 201 400	-	1 367 091	100
(nombre de médias)	(12)		(208)		(362)		(117)		(34)		(137)	
Moyenne	98 135		21 741		35 934						9 978	

a) Le nombre de personnes différentes qui écoutent une station donnée pour une période d'au moins 15 minutes, durant une semaine.

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, mai 1987.
Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications Inc., juin 1987.
Sondages BBM, Radio Automne 1987, Montréal.
Sondages BBM, Télévision Automne 1987, Montréal.

TABLEAU 1.3

Répartition des médias par catégorie, selon la langue, Québec, 1987.

Langue	Quotidiens		Hebdos nationaux et régionaux		Périodiques et autres		Radio		Télévision		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Français	10	83,3	162	77,8	252	69,3	105	89,7	31	91,2	560	76,2
Anglais	2	16,7	18	8,7	64	17,6	11	9,4	3	8,8	98	13,3
Français et anglais	-	-	26	12,5	31	8,5	-	-	-	-	57	7,8
Autre	-	-	2	1,0	17	4,6	1	0,9	-	-	20	2,7
Total	12	1,6	208	28,3	364	49,5	117	15,9	34	4,6	735	100

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, mai 1987.
CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 1.4

Répartition des médias par catégorie, selon la concentration de la propriété, Québec, 1987.

Propriété	Presse écrite				Radio				Télévision				Câblodistribution			
	nb de médias	%	nb de cies	%	nb de médias	%	nb de cies	%	nb de médias	%	nb de cies	%	nb de médias	%	nb de cies	%
Unique (médias indépendants)[a]	203	36,7	203	79,2	74	62,6	74	87,8	4	11,7	4	30,7	90	65,6	90	89,1
Multiple (médias concentrés)[b]	349	63,2	53	20,7	43	37,3	10	12,1	30	88,2	9	69,2	47	34,3	11	10,8
Total	552	100,0	256	100,0	117	100,0	84	100,0	34	100,0	13	100,0	137	100,0	101	100,0

a) Appartenant à une compagnie possédant une filiale seulement.
b) Appartenant à une compagnie possédant deux filiales ou plus.

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 1.5

Distribution décroissante des compagnies possédant deux filiales ou plus, par catégorie de médias, Québec, 1987.

Rang	Presse écrite				Radio				Télévision				Câblodistribution			
	nb de médias	nb de cies	Total	%	nb de médias	nb de cies	Total	%	nb de médias	nb de cies	Total	%	nb de médias	nb de cies	Total	%
1	43	1	43	12,3	13	1	13	30,2	6	2	12	40,0	11	1	11	23,4
2	36	1	36	10,3	9	1	9	20,9	5	1	5	16,6	6	1	6	12,7
3	31	1	31	8,8	5	1	5	11,6	3	1	3	10,0	5	2	10	21,2
4	24	1	24	6,8	4	1	4	9,3	2	5	10	33,3	4	2	8	17,0
5	20	1	20	5,7	2	6	12	27,9					3	2	6	12,7
6	15	1	15	4,2									2	3	6	12,7
7	14	1	14	4,0												
8	11	2	22	6,3												
9	10	1	10	2,8												
10	9	1	9	2,5												
11	8	2	16	4,5												
12	7	1	7	2,0												
13	6	1	6	1,7												
14	4	8	32	9,1												
15	3	4	12	3,4												
16	2	26	52	14,8												
Total		53	349	100,0		10	43	100,0		9	30	100,0		11	47	100,0

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 1.6

Répartition procentuelle de la perception du principal média utilisé pour suivre l'actualité, Québec, 1985.

Média utilisé en général pour suivre l'actualité	Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu				État civil		Total[a]
	Masc.	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran.	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M +	Marié	Cél.	
Journaux et Quotidiens	38	29	28	33	38	38	31	48	25	32	41	24	31	26	47	33	36	33
Hebdo. locaux et régionaux	4	1	3	3	2	0	2	1	2	3	1	0	2	0	5	2	1	2
Surtout dans les revues	1	1	1	0	2	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1
Surtout à la télévision	45	46	48	47	34	53	49	26	54	44	41	58	50	48	31	47	44	46
Surtout à la radio	9	16	13	11	20	7	12	19	14	14	10	8	13	20	11	13	14	13
Plusieurs médias	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	2
Ne suit pas l'actualité	3	5	6	4	3	0	4	3	4	4	3	5	3	2	4	3	3	4
Total %	48,7	51,3	31,1	27,6	21,1	20,3	86,4	13,0	23,3	45,0	31,7	25,4	20,8	22,3	31,1	68,9	20,4	100
N	293	309	187	166	127	122	520	78	140	271	2 191	153	125	134	187	415	123	602

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100% car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin Crop et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile.

TABLEAU 1.7

Répartition procentuelle du média jugé le plus important pour suivre divers types de nouvelles, selon le sexe, l'âge, la langue, la scolarité et le revenu, Québec, 1984.

Média le plus important pour suivre divers types de nouvelles		Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu				Total
		Masc.	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran.	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M +	
Nouvelles internationales																	
Radio		6	11	5	7	11	13	7	17	10	8	8	12	8	7	7	8
Télévision		71	73	76	70	67	75	76	48	79	75	62	78	76	75	62	72
Revues, magazines		2	3	2	5	2	0	1	8	0	1	7	0	1	2	6	2
Journal quotidien		17	12	15	16	17	8	13	24	8	14	21	6	12	15	23	14
Hebdomadaire régional		0	1	1	1	0	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	1
Plusieurs médias et NSP, NRP		3	1	1	1	3	2	2	1	4	2	1	4	2	1	2	2
Nouvelles nationales																	
Radio		10	12	11	12	8	13	10	22	12	10	12	12	9	12	12	11
Télévision		66	71	69	65	66	76	71	55	73	71	62	74	74	69	59	69
Revues, magazines		1	2	3	1	2	0	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1
Journal quotidien		20	13	15	20	20	9	16	20	9	14	25	7	13	16	27	16
Hebdomadaire régional		0	1	0	0	2	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0
Plusieurs médias et NSP, NRP		3	2	2	1	2	1	2	1	3	2	0	4	1	1	1	2
Nouvelles provinciales																	
Radio		10	11	11	11	8	11	12	4	11	10	10	10	8	13	9	10
Télévision		52	62	56	51	59	63	65	10	73	57	42	71	64	57	39	57
Revues, magazines		0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
Journal quotidien		20	13	17	21	14	13	19	2	9	16	24	10	16	17	24	17
Hebdomadaire régional		2	1	1	1	2	0	1	0	1	1	1	0	3	2	1	1
Plusieurs médias et NSP, NRP		17	13	15	15	16	13	3	83	5	16	21	9	8	11	27	15
Nouvelles régionales et locales																	
Radio		17	21	13	20	22	24	17	32	22	18	18	19	17	23	17	19
Télévision		40	47	46	37	37	56	46	29	60	41	33	61	45	31	37	44
Revues, magazines		0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
Journal quotidien		18	15	17	16	20	13	16	20	10	17	22	9	19	21	18	17
Hebdomadaire régional		22	16	22	25	19	6	19	17	6	22	26	9	17	24	26	19
Plusieurs médias et NSP, NRP		2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	3	2	1	1	1
Total	%	47,2	52,8	29,3	27,8	21,9	20,9	80,1	16,1	21,8	46,2	32,0	25,5	18,6	24,8	31,0	100,0
	N	282	315	175	166	131	125	478	96	130	276	191	152	111	148	185	597

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, septembre 1984 (échantillon national de 597 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 1.8

Recettes, dépenses et bénéfices (pertes) des médias, par secteur, Québec, 1986.

	Radio (stations privées) (90)	Télévision (stations privées) (19)	Câblodistribution (112 réseaux[a])	Total filiales (221)
Recettes				
$ (000)	138 147	237 105	184 577	559 829
%	24,7	42,4	33,0	100,0
Moyenne (000)	1 535,0	12 479,2	1 648,0	2 533,2
Dépenses				
$ (000)	124 068	186 863	115 065	425 996
%	29,1	43,9	27,0	100,0
Moyenne (000)	1 378,5	9 834,9	1027,4	1 927,6
Bénéfices (pertes) avant impôts				
$ (000)	7 214	41 658	35 967	84 839
Moyenne (000)	80,2	2 192,5	321,1	383,9

a) Mille abonnés et plus.

Source: Statistique Canada, catalogues 56-204, 56-205, Radiodiffusion et Télévision 1986, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 1.9

Salaires (comprenant les avantages sociaux) versés par les médias, de même que leurs effectifs, Québec, 1986.

	Radio (stations privées) (90)	Télévision (stations privées) (19)	Câblodistribution (112)	Total (221)
Salaires				
$ (000)	60 129	78 287	57 335	195 751
%	30,7	40,0	29,3	100,0
Moyenne (000)	668,1	4 120,4	511,9	885,8
Effectifs				
Nombre	1 905	1 990	1 906	5 801
%	32,8	34,3	32,9	100,0
Moyenne	21,2	104,7	17,0	26,2
Salaire moyen par employé	31 564	39 340	30 081	33 744

Source: Statistique Canada, Catalogues 56-204, 56-205, Radiodiffusion et Télévision 1986, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 88.

Chapitre 2 La presse écrite

Description

2.1 Nombre de titres, tirage, tirage moyen/catégorie 12
2.2 Nombre de titres/catégorie/région 13
2.3 Tirage/catégorie/région 14
2.4 Nombre de titres/catégorie/langue 15
2.5 Tirage/catégorie/langue 16
2.6 Nombre de titres/catégorie/classes de tirage 17

Description, hebdos régionnaux seulement

2.7 Nombre de titres, tirage, tirage moyen/type de distribution 18
2.8 Nombre de titres, tirage/type de distribution/région 19
2.9 Nombre de titres/langue/région 20
2.10 Nombre de membres/association professionnelle/langue 21
2.11 Nombre d'affiliés/association commerciale/type de distribution 22

Propriété

2.12 Nombre de titres/catégorie/concentration de la propriété 23
2.13 Distribution des compagnies possédant deux filiales ou plus 24
2.14 Nombre de quotidiens et d'hebdos régionaux/concentration par ville 25

Contenu

2.15 Type de contenu/catégorie 26
2.16 Répartition information-publicité/catégorie 27

Pénétration-consommation

2.17 Taux de pénétration/catégorie 28
2.18 Taux de pénétration des hebdomadaires régionaux/région 29
2.19 Perception de la lecture des catégories de médias écrits 30
2.20 Temps de lecture d'un quotidien, la veille 31
2.21 Temps de lecture d'un hebdo national, la semaine précédente 32
2.22 Temps de lecture d'un hebdo régional, la semaine précédente 33
2.23 Temps de lecture d'un périodique, le mois précédent 34
2.24 Lecture d'au moins un périodique québécois 35
2.25 Provenance des périodiques lus ou feuilletés 36
2.26 Fréquence de lecture de diverses sections dans les journaux 37

Économie

2.27 Coût par mille moyen/catégorie 39
2.28 Coût par mille moyen des hebdomadaires régionaux 40
2.29 Coût par mille/grosseur de la compagnie-mère 41
2.30 Tarifs publicitaires moyens/catégorie 42

TABLEAU 2.1

Répartition du nombre de titres, du tirage et du tirage moyen par catégorie de médias écrits, Québec, 1987.

Catégorie	Titres		Tirage	Tirage moyen	Tirage moyen N[b]
	N	%			
Quotidiens	12	2,0	1 177 624	98 135	12
Hebdos nationaux	4	0,6	224 322	74 774	3
Hebdos régionaux	204	34,9	3 971 872	20 904	190
Périodiques généraux	105	17,9	7 778 325	91 509	85
Périodi. spécialisés	143	24,4	1 527 078	14 271	107
Autres médias écrits	116	19,8	1 490 480	14 612	102
Total	584	100,0	a	a	499

a) Non pertinent car ces médias ont des périodicités différentes.
b) Nombre de titres pour lesquels le tirage est disponible.

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.2

Répartition régionale des médias écrits, par catégorie, Québec, 1987.

Régions administratives	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	-	-	-	-	14	6,8	-	-	1	0,7	1	0,8
Saguenay-Lac-St-Jean	1	8,3	1	25,0	8	3,9	1	0,9	-	-	2	1,7
Québec	2	16,6	-	-	27	13,2	8	7,6	12	8,4	11	9,4
Trois-Rivières	1	8,3	-	-	15	7,3	1	0,9	1	0,7	6	5,1
Estrie	2	16,6	-	-	9	4,4	-	-	-	-	2	1,7
Montréal	5	41,6	3	75,0	103	50,4	93	89,4	127	89,4	90	77,5
Outaouais	1	8,3	-	-	15	7,3	1	0,9	-	-	3	2,5
Abitibi-Témiscamingue	-	-	-	-	6	2,9	-	-	1	0,7	1	0,8
Côte-Nord	-	-	-	-	7	3,4	-	-	-	-	-	-
Total	12	100,0	4	100,0	204	100,0	104	100,0	142	100,0	116	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.3

Répartition régionale du tirage des médias écrits, par catégorie, Québec, 1987.

Régions administratives	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits	
	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	-	-	-	-	154 338	3,8	-	-	4 820	0,3	1 600	0,1
Saguenay-Lac-St-Jean	34 726	2,9	51 299	22,8	189 290	4,7	22 500	0,2	-	-	7 000	0,4
Québec	224 416	19,0	-	-	525 327	13,2	577 273	7,6	73 724	4,8	111 933	7,5
Trois-Rivières	56 774	4,8	-	-	276 147	6,9	10 000	0,1	8 000	0,5	10 300	0,6
Estrie	48 422	4,1	-	-	87 912	2,2	-	-	-	-	6 200	0,4
Montréal	773 196	65,6	173 023	77,1	2 392 442	60,2	6 901 623	91,8	1 430 845	93,6	1 348 447	90,4
Outaouais	40 090	3,4	-	-	245 334	6,1	-	-	-	-	4 000	0,2
Abitibi-Témiscamingue	-	-	-	-	36 382	0,9	-	-	9 689	0,6	1 000	0,0
Côte-Nord	-	-	-	-	64 700	1,6	-	-	-	-	-	-
Total	1 177 624 (12)	100,0	224 322 (4)	100,0	3 971 872 (204)	100,0	7 511 396 (104)	100,0	1 527 078 (142)	100,0	1 490 480 (116)	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.4

Répartition linguistique des médias écrits, par catégorie, Québec, 1987.

Langue	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Français	10	83,3	3	75,0	159	77,9	81	77,1	91	63,6	80	68,9	424	72,6
Anglais	2	16,6	1	25,0	17	8,3	10	9,5	35	24,4	19	16,3	84	14,3
Français-anglais	-	-	-	-	26	12,7	14	13,3	15	10,4	2	1,7	57	9,7
Autre	-	-	-	-	2	0,9	-	-	2	1,3	15	12,9	19	3,2
Total	12	100,0	4	100,0	204	100,0	105	100,0	143	100,0	116	100,0	584	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.5

Répartition linguistique du tirage des médias écrits, par catégorie, Québec, 1987.

Langue	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques specialisés		Autres médias écrits	
	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%	Tirage	%
Français	972 442	82,5	208 322	92,8	3 078 618	77,5	6 333 183	81,4	980 146	64,1	923 056	61,9
Anglais	205 182	17,4	16 000	7,1	164 433	4,1	396 273	5,0	305 408	19,9	172 480	11,5
Français-anglais	-	-	-	-	668 851	16,8	1 048 869	13,4	241 524	15,8	170 000	11,4
Autre	-	-	-	-	59 970	1,5	-	-	-	-	224 944	15,0
Total	1 177 624 (12)	100,0	224 322 (4)	100,0	3 971 872 (204)	100,0	7 778 325 (105)	100,0	1 527 078 (143)	100,0	1 490 480 (116)	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.6

Répartition du nombre de médias écrits par catégorie, selon les classes de tirage, Québec, 1987.

Classes de tirage	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1 - 4 999	-	-	-	-	26	13,6	1	1,1	18	16,8	47	46,0	92	18,4
5 000 - 9 999	1	8,3	-	-	35	18,4	3	3,5	37	34,5	11	10,7	87	17,4
10 000 - 19 999	1	8,3	1	33,3	42	22,1	10	11,7	35	32,7	23	22,5	112	22,4
20 000 - 49 999	4	33,3	-	-	77	40,5	28	32,9	14	13,0	15	14,7	138	27,6
50 000 et +	6	50,0	2	66,6	10	5,2	43	50,5	3	2,8	6	5,8	70	14,0
Total	12	100,0	3	100,0	190	100,0	85	100,0	107	100,0	102	100,0	499	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.7

Répartition du nombre de titres, du tirage et du tirage moyen des hebdomadaires régionaux, selon le type de distribution, Québec, 1987.

Type de distribution des hebdomadaires régionaux	Titres		Tirage		Tirage moyen	N cas
	N	%	N	%		
Vendus	43	24,2	333 146	9,1	7 932	42
Gratuits	134	75,7	3 314 003	90,8	25 106	132
Total	177	100,0	3 647 149	100,0	20 960	174

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.8

Répartition régionale du nombre de titres, du tirage et du tirage moyen des hebdomadaires régionaux, selon le type de distribution (vendus-gratuits), Québec, 1987.

Régions administratives	Vendus				Gratuits				Total			
	Tirage	%	N	Tirage moyen	Tirage	%	N	Tirage moyen	Tirage	%	N	Tirage moyen
Bas St-Laurent-Gaspésie	18 445	5,5	4	4 611	129 159	3,8	9	14 351	147 604	4,0	13	11 354
Saguenay-Lac-St-Jean	2 932	0,8	1	2 932	96 216	2,9	6	16 036	99 148	2,7	7	14 164
Québec	50 994	15,3	5	10 198	386 260	11,6	15	25 750	437 254	11,9	20	21 862
Trois-Rivières	34 804	10,4	5	6 960	241 343	7,2	10	24 134	276 147	7,5	15	18 409
Estrie	12 030	3,6	3	4 010	58 352	1,7	4	14 588	70 382	1,9	7	10 054
Montréal	158 651	47,6	13	12 203	2 129 347	64,2	73	29 169	2 287 998	62,7	86	26 604
Outaouais	18 908	5,6	5	3 781	208 626	6,2	8	26 078	227 534	6,2	13	17 502
Abitibi-Témiscamingue	36 382	10,9	6	6 063	-	-	-	-	36 382	0,9	6	6 063
Côte-Nord	-	-	-	-	64 700	1,9	7	9 242	64 700	1,7	7	9 242
Total	333 146	100,0	42	7 932	3 314 003	100,0	132	25 106	3 647 149	100,0	174	20 960

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.9

Répartition régionale des hebdomadaires régionaux selon la langue, Québec, 1987.

Régions administratives	Français		Anglais		Français-anglais		Autre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	12	7,5	1	5,8	1	3,8	-	-	14	6,8
Saguenay-Lac-St-Jean	8	5,0	-	-	-	-	-	-	8	3,9
Québec	26	16,3	-	-	1	3,8	-	-	27	13,2
Trois-Rivières	15	9,4	-	-	-	-	-	-	15	7,3
Estrie	7	4,4	1	5,8	1	3,8	-	-	9	4,4
Montréal	69	43,3	9	52,9	23	88,4	2	100,0	103	50,4
Outaouais	11	6,9	4	23,5	-	-	-	-	15	7,3
Abitibi-Téniscamingue	4	2,5	2	11,7	-	-	-	-	6	2,9
Côte-Nord	7	4,4	-	-	-	-	-	-	7	3,4
Total	159	100,0	17	100,0	26	100,0	2	100,0	204	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.10

Répartition des hebdomadaires régionaux selon leur appartenance à une association professionnelle, Québec, 1987.

	AHR[a]		CCNA[b]		Non-membre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Français	54	93,1 (34,0)[c]	-	- -	105	78,3 (66,0)	159	77,9 (100,0)
Anglais	-	- -	8	66,6 (47,0)	9	6,7 (53,0)	17	8,3 (100,0)
Français-anglais	4	6,8 (15,4)	4	33,3 (15,4)	18	13,4 (69,2)	26	12,7 (100,0)
Autre	-	- -	-	- -	2	1,4 (100,0)	2	0,9 (100,0)
Total	58	100,0 (28,4)	12	100,0 (5,8)	134	100,0 (65,6)	204	100,0 (100,0)

a) AHR: Association des éditeurs de la presse hebdomadaire régionale francophone; nom usuel: les hebdos régionaux.
b) CCNA: Canadian Community Newspaper Association.
c) Pourcentage horizontal.

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.11

Répartition des hebdomadaires régionaux par type de distribution (vendus-gratuits) selon l'affiliation commerciale, Québec 1987.

Affiliation commerciale	Vendus		Gratuits		Total	
	N	%	N	%	N	%
Affiliés	27	100,0	94	100,0	121	100,0
Hebdos A-1	18	41,8	26	19,4	44	24,8
Hebdos Sélect	9	20,9	57	42,5	66	37,2
Hebdos Métropolitains	-	-	11	8,2	11	6,2
Non affiliés	16	37,2	40	29,8	56	31,6
Total	43	100,0	134	100,0	177	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.12

Répartition des médias écrits par catégorie, selon la concentration de la propriété, Québec, 1987.

Propriété	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits		Total		Nombre de compagnies	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Unique (médias indépendants)	1	8,3	1	25,0	65	32,3	47	48,9	62	48,8	27	24,1	203	36,7	203	79,2
Multiple (médias concentrés)	11	91,6	3	75,0	136	67,6	49	51,0	65	51,1	85	75,8	349	63,2	53	20,7
Total	12	100,0	4	100,0	201	100,0	96	100,0	127	100,0	112	100,0	552	100,0	256	100,0

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 2.13

Distribution décroissante des compagnies possédant deux filiales ou plus, Québec, 1987.

Rang	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits		Total des titres	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43	61,4	43	20,0
2	2	22,2	1	50,0	24	24,2	7	43,7	2	10,5	-	-	36	16,7
3	-	-	-	-	31	31,3	-	-	-	-	-	-	31	14,4
4	3	33,3	1	50,0	18	18,1	2	12,5	-	-	-	-	24	11,1
5	-	-	-	-	20	20,2	-	-	-	-	-	-	20	9,3
6	-	-	-	-	-	-	3	18,7	11	57,8	1	1,4	15	6,9
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	20,0	14	6,5
8	4	44,4	-	-	6	6,0	1	6,2	-	-	-	-	11	5,1
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	15,7	11	5,1
10	-	-	-	-	-	-	3	18,7	6	31,5	1	1,4	10	4,6
Total	9	81,8	2	66,6	99	72,7	16	32,6	19	29,2	70	82,3	215	61,6
Autres possédant plus d'un titre	2	18,1	1	33,3	37	27,2	33	67,3	46	70,7	15	17,6	134	38,3
Total	11	100,0	3	100,0	136	100,0	49	100,0	65	100,0	85	100,0	349	100,0

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 2.14

Répartition des médias écrits selon le degré de concentration par ville, Québec, 1987.

Nombre de médias écrits dans la municipalité	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	6	50,0	1	25,0	77	37,9	13	12,3	14	9,7	15	12,9
2	2	16,6	-	-	48	23,6	2	1,9	8	5,5	10	8,6
3 et +	4	33,3	3	75,0	78	38,4	90	85,7	121	84,6	91	78,4
Total	12	100,0	4	100,0	203	100,0	105	100,0	143	100,0	116	100,0

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter, octobre 1987.

TABLEAU 2.15

Répartition des différents types de contenus par catégorie de médias écrits, Québec, 1987.

Contenu	Hebdos nationaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Autres médias écrits		Total A (a)		Total B	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Information générale	1	25,0	7	6,6	-	-	-	-	8	2,1	224	38,3
Actualité médicale	-	-	-	-	24	16,7	-	-	24	6,5	24	4,1
Economie, finances	-	-	2	1,9	14	9,7	-	-	16	4,3	16	2,7
Affaires municipales	-	-	-	-	1	0,6	-	-	1	0,2	1	0,1
Agriculture, jardinage	-	-	-	-	1	0,6	12	10,3	13	3,5	13	2,2
Alimentation, restauration	-	-	3	2,8	10	6,9	1	0,8	14	3,8	14	2,3
Décoration, rénovation	-	-	10	9,5	20	13,9	1	0,8	31	8,4	31	5,3
Arts, culture	-	-	1	0,9	-	-	-	-	1	0,2	1	0,1
Commerce, industrie	-	-	-	-	26	18,1	-	-	26	7,0	26	4,4
Communication, publicité	-	-	-	-	4	2,7	-	-	4	1,0	4	0,6
Mode, soins santé	-	-	3	2,8	2	1,3	-	-	5	1,3	5	0,8
Droit	-	-	-	-	3	2,0	-	-	3	0,8	3	0,5
Ecologie	-	-	-	-	3	2,0	-	-	3	0,8	3	0,5
Education	-	-	-	-	3	2,0	-	-	3	0,8	3	0,5
Publication ethnique	-	-	-	-	-	-	15	12,9	15	4,0	15	2,5
Faits divers	1	25,0	-	-	-	-	-	-	1	0,2	1	0,1
Humour	-	-	1	0,9	-	-	-	-	1	0,2	1	0,1
Informatique	-	-	-	-	3	2,0	-	-	3	0,8	3	0,5
Loisirs	-	-	3	2,8	-	-	-	-	3	0,8	3	0,5
Mouvements sociaux	-	-	1	0,9	-	-	-	-	1	0,2	1	0,1
Musique	-	-	4	3,8	1	0,6	-	-	5	1,3	5	0,8
Religion	-	-	1	0,9	-	-	1	0,8	2	0,5	2	0,3
Science, génie	-	-	1	0,9	10	6,9	-	-	11	2,9	11	1,8
Sports	-	-	23	21,9	2	1,3	3	2,5	28	7,6	28	4,7
Télé, spectacle, cinéma	1	25,0	5	4,7	1	0,6	2	1,7	9	2,4	9	1,5
Tourisme, camping	-	-	18	17,1	4	2,7	-	-	22	5,9	22	3,7
Transport	-	-	-	-	11	7,6	-	-	11	2,9	11	1,8
Troisième âge	-	-	2	1,9	-	-	-	-	2	0,5	2	0,3
Vie étudiante	1	25,0	-	-	-	-	81	69,8	82	22,2	82	14,0
Famille	-	-	5	4,7	-	-	-	-	5	1,3	5	0,8
Hommes, femmes	-	-	13	12,3	-	-	-	-	13	3,5	13	2,2
Almanach	-	-	2	1,9	-	-	-	-	2	0,5	2	0,3
Total	4	100,0	105	100,0	143	100,0	116	100,0	368	100,0	584	100,0

a) Le total A exclut les quotidiens et les hebdomadaires régionaux (qui sont tous des médias d'information générale) alors que le total B les inclut.

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.16

Répartition procentuelle de l'information et de la publicité dans différentes catégories de médias écrits, Québec, 1977.

Type de contenu	Quotidiens	Hebdos natio-naux	Hebdos régio-naux	Hebdos régionaux vendus	Hebdos régionaux gratuits
	%	%	%	%	%
Information	43	40	35	42	26
Publicité	57	60	65	58	74
Total	100	100	100	100	100

Source: Multi Réso, La presse écrite au Québec. Bilan et prospective, Québec, Ministère des Communications, 1977, p.20,25,27.

TABLEAU 2.17

Pénétration des médias écrits par catégorie, Québec, 1987.

Catégories	Tirage/ 1 000 habitants	Tirage/ 1 000 foyers
Quotidiens	179,5	495,2
Hebdos nationaux	34,2	94,3
Hebdos régionaux	556,1	1 533,9
- Vendus	(50,8)	(140,1)
- Gratuits	(505,3)	(1 393,8)
Périodiques généraux	1 186,1	3 271,5
Périodiques spécialisés	232,8	642,2
Autres médias écrits	227,2	626,8

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

Population du Québec estimée par le Bureau de la Statistique du Québec.

TABLEAU 2.18

Pénétration des hebdomadaires régionaux par type de distribution (vendus-gratuits) selon la région administrative, Québec, 1987.

Régions administratives	Tirage par 1000 habitants		
	Hebdomadaires vendus	Hebdomadaires gratuits	Total
Bas St-Laurent-Gaspésie	78,6	551,0	658,4
Saguenay-Lac-St-Jean	10,2	337,4	663,9
Québec	51,3	388,8	528,8
Trois-Rivières	71,4	495,6	567,1
Estrie	46,2	224,2	337,8
Montréal	42,7	573,1	643,9
Outaouais	64,1	707,6	832,2
Abitibi-Témiscamingue	245,6	0,0	245,6
Côte-Nord	0,0	630,6	630,6
Total	50,8	505,3	556,1

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.
Population du Québec estimée par le Bureau de la Statistique du Québec.

TABLEAU 2.19

Répartition procentuelle de la lecture des différents types de médias écrits, Québec, 1985.

Lecture	Quotidiens	Hebdomadaires nationaux	Hebdomadaires régionaux	Périodiques
	%	%	%	%
oui	60	15	73	64
non	40	85	27	36
Total	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

Note: La lecture des quotidiens a été établie à l'aide d'un rappel de la veille; celle des hebdos nationaux et régionaux à l'aide d'un rappel de la semaine précédente; et celle des périodiques à l'aide d'un rappel du mois précédent.

TABLEAU 2.20

Répartition procentuelle du temps de lecture d'un quotidien, la veille, selon le sexe, la langue, la scolarité, l'âge, l'état civil et la taille du marché, Québec, 1985.

Quotidien	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Taille du marché				Total
	H	F	Fr	Ag	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	A	B	C	D	
N'a pas lu	34	45	41	28	48	42	31	50	42	34	26	40	39	31	34	38	60	40
Moins de 40 m.	31	29	29	30	23	31	32	31	31	31	24	29	34	27	34	37	25	30
de 40 à 79 min.	26	17	20	33	18	19	28	14	23	25	28	21	19	29	22	14	11	22
plus de 80 m.	10	8	10	9	11	8	9	5	5	10	22	10	8	13	10	11	4	9
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

Note: Taille du marché A: 1 000 000 habitants et plus
B: 100 000 à 999 999 habitants
C: 5 000 à 99 999 habitants
D: moins de 5 000 habitants

TABLEAU 2.21

Répartition procentuelle de la lecture d'un ou de plusieurs hebdomadaires nationaux, la semaine précédente, selon le sexe, la langue, la scolarité, l'âge, l'état civil et la taille du marché, Québec,1985.

Hebdomadaires nationaux	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Taille du marché				Total
	M	F	Fr	Ag	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	A	B	C	D	
Aucun	85	84	85	80	90	87	78	89	80	84	86	86	83	83	91	87	83	85
Un	10	11	10	10	7	10	14	8	12	9	13	10	11	11	6	11	12	10
Deux	3	4	2	8	4	1	6	2	5	5	1	3	1	4	2	2	3	3
Trois ou plus	2	1	3	2	0	2	2	1	3	1	0	1	5	2	1	0	2	1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

Note: Taille du marché A: 1 000 000 habitants et plus
B: 100 000 à 999 999 habitants
C: 5 000 à 99 999 habitants
D: moins de 5 000 habitants

TABLEAU 2.22

Répartition procentuelle de la lecture d'un ou de plusieurs hebdomadaires régionaux, la semaine précédente, selon le sexe, la langue, la scolarité, l'âge, l'état civil et la taille du marché, Québec,1985.

Hebdomadaires régionaux	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Taille du marché				Total
	M	F	Fr	Ag	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60 +	Marié	Célib.	A	B	C	D	
Aucun	27	26	27	22	24	26	28	37	19	24	23	25	32	24	46	14	25	27
Un	34	35	32	49	33	38	32	33	38	30	38	34	36	38	28	25	38	25
Deux	22	24	24	14	28	18	28	13	30	29	23	26	14	20	19	53	15	23
Trois ou plus	17	14	16	15	14	18	12	16	12	18	17	15	18	18	7	7	22	15
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

Note: Taille du marché A: 1 000 000 habitants et plus
B: 100 000 à 999 999 habitants
C: 5 000 à 99 999 habitants
D: moins de 5 000 habitants

TABLEAU 2.23

Répartition procentuelle de la lecture d'un ou de plusieurs périodiques, le mois précédent, Québec, 1985.

Périodiques	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Taille du marché				Total
	M	F	Fr	Ag	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	A	B	C	D	
Aucun	42	30	38	26	64	36	16	32	30	42	45	33	24	28	41	38	49	36
Un	15	12	14	10	5	13	19	15	19	7	9	13	15	13	16	18	9	13
Deux	12	18	16	9	10	18	15	15	13	16	16	15	16	17	13	16	12	15
Trois	9	17	12	16	9	13	16	12	16	13	10	14	11	12	11	15	14	13
Quatre et plus	23	23	20	39	12	21	34	27	22	21	20	19	33	30	18	18	15	22
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

Note: Taille du marché A: 1 000 000 habitants et plus
B: 100 000 à 999 999 habitants
C: 5 000 à 99 999 habitants
D: moins de 5 000 habitants

TABLEAU 2.24

Répartition procentuelle de la lecture d'au moins un périodique québécois, chez les lecteurs d'au moins un périodique le mois précédent, selon le sexe, la langue et la scolarité, Québec, 1985.

Lecture d'au moins un périodique québécois	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Taille du marché				Total
	M	F	Fr	Ag	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	A	B	C	D	
oui	29	14	12	65	8	19	26	17	25	26	14	20	23	31	11	5	12	21
non	71	86	88	35	92	81	74	83	75	74	86	80	77	69	89	95	88	79
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

Note: Taille du marché A: 1 000 000 habitants et plus
B: 100 000 à 999 999 habitants
C: 5 000 à 99 999 habitants
D: moins de 5 000 habitants

TABLEAU 2.25

Répartition procentuelle de la provenance de tous les exemplaires de périodiques lus ou feuilletés au cours du dernier mois, Québec, 1983.

Provenance	Lecture
	%
Périodiques étrangers	45,2
Périodiques québécois	54,8
Total	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, novembre 1983 (échantillon national de 581 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 2.26

Répartition procentuelle de la fréquence de lecture de diverses pages ou sections dans les journaux, selon le sexe, l'âge, la langue, la scolarité, le revenu et l'état civil, Québec, 1984.

Pages ou sections des journaux	Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu				État civil		Total[a]
	Masc.	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran.	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M +	Marié	Célib.	
Nouvelles et commentaires sur l'actualité																		
Très souvent							18	18	12	17	23	14	20	16	21	19	14	17
Souvent	NON		NON				45	63	39	46	59	35	43	53	58	46	60	48
Rarement	SIGNIFICATIF		SIGNIFICATIF				17	13	14	20	14	20	20	17	11	17	17	17
Jamais et ne lit jamais de journaux[b]							21	7	36	17	5	32	17	14	11	19	8	19
Renseignements et conseils pratiques (consommation, bricolage)																		
Très souvent																		8
Souvent	NON		NON				NON		NON			NON				NON		38
Rarement	SIGNIFICATIF		SIGNIFICATIF				SIGNIFICATIF		SIGNIFICATIF			SIGNIFICATIF				SIGNIFICATIF		28
Jamais et ne lit jamais de journaux																		26
Télévision (horaire et information)																		
Très souvent							9	18	12	10	10	12	12	9	9			10
Souvent	NON		NON				31	38	26	31	39	30	26	38	32	NON		32
Rarement	SIGNI-		SIGNIFICATIF				23	24	14	29	25	17	27	26	26	SIGNIFICATIF		24
Jamais et ne lit jamais de journaux	FICATIF						36	20	49	31	27	42	35	26	34			34
Arts et spectacles (horaire et information)																		
Très souvent		11	8	6	4		6	15	2	7	13	3	4	12	10	5	18	7
Souvent	NON	40	34	32	18		31	40	14	32	48	24	30	33	39	30	42	32
Rarement	SIGNI-	29	31	23	20		25	33	18	31	26	21	28	32	26	29	21	26
Jamais et ne lit jamais de journaux	FICATIF	20	27	38	58		38	11	66	30	12	51	38	22	25	36	19	34

Suite page suivante

TABLEAU 2.26 (suite)

Répartition procentuelle de la fréquence de lecture de diverses pages ou sections dans les journaux, selon le sexe, l'âge, la langue, la scolarité, le revenu et l'état civil, Québec, 1984.

Pages ou sections des journaux	Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu				État civil		Total[a]
	Masc.	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran.	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M +	Marié	Célib.	
Nouvelles du sport																		
Très souvent	22	4	15	13	11	11			10	13	16					12	21	13
Souvent	29	11	23	20	22	12	NON		11	24	20	NON				22	18	19
Rarement	20	28	33	23	24	15	SIGNIFICATIF		19	26	27	SIGNIFICATIF				25	30	25
Jamais et ne lit jamais de journaux	28	56	29	44	42	63			60	38	36					40	32	43
Pages de publicité																		
Très souvent	5	7	2	6	9	8	4	18				5	8	3	8			6
Souvent	20	34	35	29	22	20	27	28	NON			23	28	36	24	NON		27
Rarement	42	30	39	41	38	22	36	33	SIGNIFICATIF			25	43	38	40	SIGNIFICATIF		36
Jamais et ne lit jamais de journaux	32	29	23	24	30	51	33	20				46	21	23	28			31
Économie et finance																		
Très souvent	11	6	6	12	8	7	7	14	2	9	14	2	7	8	15			8
Souvent	25	17	15	24	27	18	19	32	16	18	29	12	16	22	31	NON		21
Rarement	32	29	40	32	25	21	30	26	19	36	31	27	31	37	27	SIGNIFICATIF		30
Jamais et ne lit jamais de journaux	32	49	39	32	40	54	44	28	63	38	25	58	47	33	27			41
Annonces classées																		
Très souvent			5	5	11	5	6	9	7	7	4	5	10	6	5			6
Souvent	NON		25	26	17	14	21	26	19	25	17	20	25	26	17	NON		21
Rarement	SIGNI-		46	49	40	29	41	46	34	43	48	31	49	41	50	SIGNIFICATIF		42
Jamais et ne lit jamais FICATIF de journaux			24	20	31	51	32	18	40	24	30	44	17	27	28			30
Total %	47,2	52,8	29,3	27,8	21,9	20,9	80,1	16,1	21,8	46,2	32,0	25,5	18,6	24,8	31,0	66,0	20,8	100,0
N	282	315	175	166	131	125	478	96	130	276	191	152	111	148	185	394	124	597

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100%, car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.
b) La catégorie "Ne lit jamais de journaux" représente 6% du total des répondants.
Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, septembre 1984 (échantillon national de 597 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 2.27

Coût par mille (CPM) moyen des différentes catégories de médias écrits, Québec, 1987.

Catégories de médias	Coût par mille[a]	
	moyenne	N
Quotidiens	47,18	12
Hebdos nationaux	29,63	4
Hebdos régionaux	52,39	204
- Vendus	(122,76)	(43)
- Gratuits	(36,19)	(134)
Périodiques généraux	42,53	105
Périodiques spécialisés	116,64	143
Total	69,48	468

a) CPM: journaux = Tarif de 1 000 lignes agates / tirage x 1000
périodiques = Tarif de 1 page / tirage x 1000

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.28

Répartition régionale du coût par mille (CPM) moyen des hebdos régionaux selon le type de distribution (vendus-gratuits), Québec, 1987.

Régions administratives	Vendus		Gratuits		Total	
	CPM[a]	N	CPM	N	CPM	N
Bas St-Laurent-Gaspésie	133,35	4	39,94	9	68,69	13
Saguenay-Lac-St-Jean	143,24	1	37,88	6	52,93	7
Québec	42,70	6	33,16	15	35,89	21
Trois-Rivières	78,29	5	29,44	10	45,72	15
Estrie	147,46	3	92,77	4	116,21	7
Montréal	83,68	13	31,95	75	39,59	88
Outaouais	116,90	5	34,24	8	66,03	13
Abitibi-Témiscamingue	306,62	6	-	-	306,62	6
Côte-Nord	-	-	61,38	7	61,38	7
Total	122,76	43	36,19	134	57,22	177

a) CPM = Tarif de 1 000 lignes agates / tirage x 1000

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

TABLEAU 2.29

Répartition du coût par mille (CPM) moyen selon le nombre de filiales possédées par la compagnie-mère, Québec, 1987.

Nombre de filiales de la compagnie-mère	Quotidiens		Hebdos nationaux		Hebdos régionaux		Périodiques généraux		Périodiques spécialisés		Total	
	CPM $[a]	N	CPM $	N	CPM $	N	CPM $[b]	N	CPM $	N	CPM $	N
Indépendants (1 filiale)	120,54	1	0,00	1	50,59	148	44,65	72	93,14	98	62,35	320
2 à 3 filiales	50,08	6	77,50	1	26,14	11	39,13	15	204,36	27	112,83	60
4 à 9 filiales	29,04	5	20,52	2	67,07	42	26,11	9	87,12	2	56,88	60
Ensemble	47,18	12	29,63	4	52,70	201	42,05	96	116,69	127	68,48	440

a) CPM journaux = tarif de 1 000 lignes agates x 1 000 / tirage
b) CPM périodiques = tarif de 1 page x 1 000 / tirage

Sources: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.
Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 2.30

Tarifs publicitaires moyens par catégorie de médias écrits, Québec, 1987.

Journaux	Ligne agate	
	$	N
Quotidiens	2,78	12
Hebdos nationaux	1,40	4
Hebdos régionaux	0,60	202
- Vendus	(0,52)	(43)
- Gratuits	(0,63)	(134)
Périodiques généraux	2,30	2
Périodiques spécialisés	1,68	13
Autres médias écrits	0,68	89

Périodiques	Page	
	$	N
Périodiques généraux	2 473,72	96
Périodiques spécialisés	1 343,02	127
Autres médias écrits	1 508,36	25

Source: Canadian Advertising Rates and Data, Toronto, Maclean Hunter ltée, octobre 1987.

Chapitre 3 La radio

Description

3.1 Nombre de stations/type technique/langue/région **44**
3.2 Nombre de stations/type technique/langue/affiliation **45**
3.3 Nombre de stations/affiliation/région **46**
3.4 Durée d'affiliation à un réseau/type technique **47**
3.5 Nombre de stations/type technique/langue **48**

Propriété

3.6 Nombre de stations/type de propriété/région **49**
3.7 Nombre de stations/type technique/concentration de la propriété **50**
3.8 Distribution des compagnies possédant deux filiales ou plus **51**

Contenu

3.9 Programmation/type technique/langue/type de propriété **52**
3.10 Nombre moyen d'heures par catégorie de programmation/affiliation **53**
3.11 Abonnement aux agences de nouvelles/type technique **54**

Pénétration-consommation

3.12 Portée et nombre d'heures d'écoute/type technique/langue **55**
3.13 Portée et nombre d'heures d'écoute/affiliation **56**
3.14 Portée et nombre d'heures d'écoute/affiliation sportive **57**
3.15 Temps d'écoute de la radio, la veille/sexe/langue **58**
3.16 Temps d'écoute de la radio, la veille/âge **59**

Économie

3.17 Bilan de l'industrie **60**
3.18 Recettes et dépenses de l'industrie **61**
3.19 Effectifs, salaires et bénéfices de l'industrie **62**

TABLEAU 3.1

Répartition régionale des stations de radio[a] selon le type technique et la langue, Québec, 1987.

Régions administratives	MA		MF		Français		Anglais et autres		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	8	11,6	5	11,4	13	12,4	-	-	13	11,1
Saguenay-Lac-St-Jean	7	10,1	3	6,3	10	9,5	-	-	10	8,5
Québec	12	17,4	9	18,8	20	19,0	1	8,3	21	17,9
Trois-Rivières	7	10,1	1	2,1	8	7,6	-	-	8	6,8
Estrie	5	7,2	3	6,3	7	6,7	1	8,3	8	6,8
Montréal	19	27,5	15	31,3	24	22,9	10	83,3	34	29,1
Outaouais	3	4,3	3	6,3	6	5,7	-	-	6	5,1
Abitibi-Témiscamingue	5	7,2	4	8,3	9	8,6	-	-	9	7,7
Côte-Nord	3	4,3	5	10,4	8	7,6	-	-	8	6,8
Total	69	100,0	48	100,0	105	100,0	12	100,0	117	100,0

a) Stations de radio en ondes au 31 août 1987, excluant les stations amérindiennes et inuit.

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.2

Répartition des stations de radio par affiliation selon le type technique et la langue, Québec, 1987.

Affiliation des stations de radio	MA		MF		Français		Anglais et autres		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
CBC de base et affiliées	1	1,4	2	4,2	-	-	3	25,0	3	2,6
Radio-Canada de base	5	7,2	5	10,4	10	9,5	-	-	10	8,5
Radio-Canada affiliées	2	2,9	1	2,1	3	2,9	-	-	3	2,6
Télémédia de base	6	8,7	3	6,3	8	7,6	1	8,3	9	7,7
Télémédia affiliées	10	14,5	-	-	10	9,5	-	-	10	8,5
Radiomutuel de base	3	4,3	3	6,3	6	5,7	-	-	6	5,1
Radiomutuel affiliées	7	10,1	1	2,1	8	7,6	-	-	8	6,8
Radio-Canada, Télémédia affiliées	6	8,7	-	-	6	5,7	-	-	6	5,1
Radio Appal., Télémédia affiliées	5	7,2	-	-	5	4,8	-	-	5	4,3
Radio-Canada, Télémédia et Radio-Nord	2	2,9	-	-	2	1,9	-	-	2	1,7
Non affiliées	22	31,9	33	68,8	47	44,8	8	66,7	55	47,0
Total	69	100,0	48	100,0	105	100,0	12	100,0	117	100,0

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.3

Répartition régionale des stations de radio selon l'affiliation, Québec, 1987.

Régions	CBC de base et affiliées	Radio-Canada de base	Radio-Canada affiliées	Télémédia de base	Télémédia affiliées	Radiomutuel de base	Radiomutuel affiliées	Radio-Canada, Téléméd. affil.	Radio Appal., Téléméd. affil.	Rad.Can. Téléméd. Radio-Nord	Non affiliées
Bas St-Laurent Gaspésie	-	3	-	-	4	-	2	-	-	-	4
Saguenay-Lac-St-Jean	-	2	-	-	3	-	2	-	-	-	3
Québec	1	2	-	1	-	2	-	2	1	-	12
Trois-Rivières	-	-	-	1	-	1	1	1	2	-	2
Estrie	-	-	-	3	-	2	-	-	2	-	1
Montréal	2	2	1	2	-	1	1	1	-	-	24
Outaouais	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	2
Abitibi-Témiscamingue	-	-	2	-	-	-	-	2	-	2	3
Côte-Nord	-	1	-	-	2	-	1	-	-	-	4
Total	3	10	3	9	10	6	8	6	5	2	55
	2,6%	8,5%	2,6%	7,7%	8,5%	5,1%	6,8%	5,1%	4,3%	1,7%	47,0%

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.4

Description de la durée moyenne hebdomadaire d'affiliation à un réseau des stations de radio, selon le type technique, Québec, 1987.

Réseau	MA		MF		Total	
	Durée	N	Durée	N	Durée	N
CBC de base et affiliées	133,0	(2)	133,0	(1)	133,0	(1)
Radio-Canada de base	95,5	(2)	127,6	(3)	114,8	(5)
Radio-Canada affiliées	25,1	(1)	-	-	25,1	(1)
Télémédia de base	19,0	(5)	74,5	(1)	28,2	(6)
Télémédia affiliées	18,4	(10)	-	-	18,4	(10)
Radiomutuel de base	27,2	(1)	-	-	27,2	(1)
Radiomutuel affiliées	37,9	(7)	5,4	(1)	33,8	(8)
Radio-Canada, Télémédia affiliées	47,5	(6)	-	-	47,5	(6)
Radio Appal., Télémédia affiliées	78,8	(5)	-	-	78,8	(5)
Radio-Canada, Télémédia, Radio-Nord	53,4	(2)	-	-	53,4	(2)
Non affiliées	-	-	29,8	(7)	29,8	(7)

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.5

Répartition linguistique des stations de radio selon le type technique, Québec, 1987.

Langue principale	MA		MF		Total	
	N	%	N	%	N	%
Français	62	89,9	43	89,6	105	89,7
Anglais	7	10,1	5	10,4	12	10,3
Total	69	100,0	48	100,0	117	100,0

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.6

Répartition des stations de radio par région, type technique et langue, selon le type de propriété, Québec, 1987.

	Privée		Publique		Communautaire	
	N	%	N	%	N	%
Région administrative						
Bas St-Laurent-Gaspésie	6	7,3	3	23,1	4	18,2
Saguenay-Lac-St-Jean	7	8,5	2	15,4	1	4,5
Québec	14	17,1	3	23,1	4	18,2
Trois-Rivières	8	9,8	-	-	-	-
Estrie	7	8,5	-	-	1	4,5
Montréal	26	31,7	4	30,8	4	18,2
Outaouais	4	4,9	-	-	2	9,1
Abitibi-Témiscamingue	7	8,5	-	-	2	9,1
Côte-Nord	3	3,7	1	7,7	4	18,2
Type technique						
MA	62	75,6	6	46,2	1	4,5
MF	20	24,4	7	53,8	21	95,5
Langue principale						
Français	73	89,0	10	76,9	22	100,0
Anglais et autres	9	11,0	3	23,1	-	-
Total	82	100,0	13	100,0	22	100,0

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.7

Répartition des stations de radio privées et communautaires par type technique, selon la concentration de la propriété, Québec, 1987.

Propriété privée et communautaire	MA		MF		Total		Nombre de compagnies	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Unique (médias indépendants)[a]	40	63,4	24	58,5	64	61,5	70	86,4
Multiple (médias concentrés)[b]	23	36,5	17	41,4	40	38,4	11	13,5
Total	63	100,0	41	100,0	104	100,0	81	100,0

a) Appartenant à une compagnie possédant une filiale seulement.
b) Appartenant à une compagnie possédant deux filiales ou plus.

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 3.8

Distribution décroissante du nombre de compagnies possédant deux filiales et plus, Québec, 1987.

Rang	Nombre de stations	Nombre de cies	Total de stations	%
1	9	1	9	20,4
2	8	1	8	18,1
3	4	2	8	18,1
4	3	1	3	6,8
5	2	8	16	36,3
Total	-	13	44	100,0

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 3.9

Répartition du nombre moyen d'heures attribuées à chaque catégorie de programmation par les radiodiffuseurs, selon le type technique, la langue et le type de propriété, Québec, 1987.

Programmation	MA	MF	Français	Anglais	Privée	Publique	Communautaire	Total
Nouvelles	12,5	4,8	9,2	8,3	10,0	11,7	5,0	9,1
Services à la communauté	7,2	6,5	7,0	5,7	6,4	5,4	9,3	6,9
Documentation	5,5	14,3	8,8	14,3	4,8	21,8	20,1	9,3
Passe-temps	1,0	0,3	0,7	0,6	0,8	1,5	0,0	0,7
Sports	5,9	0,3	3,3	4,4	4,6	2,2	0,0	3,4
Intérêt général	8,0	0,8	4,9	4,3	6,0	6,4	0,0	4,9
Création orale	1,8	2,5	2,1	2,4	2,0	3,1	2,2	2,1
Musique populaire	40,8	52,3	46,9	34,0	49,8	16,0	44,8	45,8
Musique rock	15,1	3,7	7,9	32,8	12,9	10,7	0,0	10,1
Musique country	2,8	0,1	1,7	0,7	2,3	0,2	0,0	1,6
Genre folklore	0,8	0,2	0,6	0,2	0,7	0,4	0,0	0,5
Genre jazz	0,5	0,2	0,4	0,0	0,5	0,4	0,0	0,4
Musique classique spécialisée	0,7	13,4	6,4	4,6	1,4	38,0	9,4	6,3
Opéra	0,1	0,6	0,3	0,5	0,0	3,2	0,0	0,3
Opérette	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0
Folklore classique	0,2	0,0	0,1	0,0	0,2	0,3	0,0	0,1
Jazz classique	0,0	0,5	0,2	0,1	0,0	2,4	0,0	0,2
Religieux non classique	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0
Production	4,2	3,5	3,8	4,7	3,8	6,5	3,1	3,9
Publicité	18,2	9,7	14,3	16,8	18,6	0,0	6,3	14,5
Nombre de stations	69	48	105	12	82	13	22	117

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.10

Répartition du nombre moyen d'heures attribuées à chaque catégorie de programmation par les radiodiffuseurs, selon l'affiliation, Québec, 1987.

Programmation	CBC de base et affiliées	Radio-Canada de base	Radio-Canada affiliées	Télémédia de base	Télémédia affiliées	Radiomutuel de base	Radiomutuel affiliées	Radio-Canada, Téléméd. affil.	Radio Appal., Téléméd. affil.	Rad.Can. Téléméd. Radio-Nord	Non affiliées
Nouvelles	13,9	10,4	11,9	9,2	13,3	5,3	11,7	12,7	10,5	9,9	6,9
Services à la communauté	5,5	4,6	8,8	3,4	5,7	4,7	6,2	8,8	10,8	14,0	7,3
Documentation	31,9	17,5	10,1	5,4	1,9	7,3	6,2	3,5	3,0	1,4	11,1
Passe-temps	1,8	1,2	1,0	0,1	0,5	0,3	0,1	3,4	0,2	2,8	0,4
Sports	2,0	2,0	1,8	2,6	4,7	3,1	3,9	6,1	7,4	6,8	2,2
Intérêt général	4,3	6,5	7,1	5,7	3,8	2,3	3,4	13,2	7,0	23,8	2,7
Création orale	5,3	2,3	1,5	3,9	2,9	0,6	1,3	2,4	1,8	1,4	1,7
Musique populaire	8,6	17,1	55,4	50,0	53,6	74,2	59,0	23,6	50,1	25,0	49,7
Musique rock	28,1	1,7	2,0	20,1	7,5	2,6	13,2	11,5	10,0	2,1	8,9
Musique country	0,6	-	1,5	0,6	3,1	0,2	1,3	5,7	2,5	5,0	1,3
Genre folklore	1,1	0,1	0,5	-	1,0	-	0,4	1,9	0,5	1,4	0,5
Genre jazz	-	0,6	0,5	-	0,4	1,7	0,2	2,6	-	1,4	0,1
Mus.classique spécialisée	32,0	44,9	4,7	1,5	-	1,2	1,1	2,1	-	2,8	5,0
Opéra	3,2	3,4	0,2	-	0,3	-	-	0,5	-	-	-
Opérette	0,5	-	0,2	-	0,2	-	-	0,3	-	-	-
Folklore classique	0,2	0,2	0,1	-	0,4	-	-	1,3	-	1,2	-
Jazz classique	1,0	3,0	0,1	-	-	-	-	0,6	-	-	-
Religieux non-classique	-	0,9	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-
Production	11,2	5,1	5,1	2,6	2,9	3,9	2,5	5,7	5,0	-	3,8
Publicité	-	-	9,6	22,4	18,3	18,2	14,8	18,3	17,0	26,3	13,2
Nombre de stations	3	10	3	9	9	6	8	6	5	2	55

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.11

Nombre de stations de radio abonnées à chacune des agences de nouvelles, selon le type technique, Québec, 1987.

Agences de nouvelles			Total	
	MA	MF	N	%
ABC	-	-	-	-
AFP	4	1	5	4,3
BBC	-	-	-	-
BN/NTR	7	5	12	10,5
CBS	1	1	2	1,7
CN SPORTS	-	-	-	-
CP/PC	10	8	18	15,7
NBC	1	1	2	1,7
RADIOMUTUEL	9	4	13	11,4
REUTER	2	-	2	1,7
SRC/CBC	13	6	19	16,6
SBN	1	1	2	1,7
TELBEC	27	5	32	28,0
TELEMEDIA	30	5	35	30,7
UPI-UPC	6	2	8	7,0

a) Ce total excède le nombre de stations parce qu'une station peut être abonnée à plusieurs agences à la fois.

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 3.12

Répartition de la portée, du nombre d'heures d'écoute et du nombre moyen d'heures d'écoute des stations de radio, Québec, 1987.

Écoute	MA	MF	Français	Anglais et autres	Total
Nombre de stations	69	48	105	12	117
Portée (000)[a]					5 546,6
%[b]		N O N			93,0
Portée moyenne (000)		D I S P O N I B L E			47,4
Nombre d'heures[c] (000)					116 553
%		N O N			100,0
Nombre moyen d'heures (000)		D I S P O N I B L E			996
Nombre moyen d'heures/personne[d]	-	-	-	-	21,0

a) Le nombre total de personnes différentes qui écoutent une station donnée pour une période d'au moins 15 minutes, durant une semaine.
b) Auditoire cumulatif: pourcentage de la population de 7 ans et plus.
c) Le nombre total d'heures d'écoute consacrées à une station donnée par tous ses auditeurs, durant une semaine.
d) La durée moyenne que chaque auditeur passe à l'écoute d'une station donnée, durant une semaine.

Sources: Sondages BBM, Radio Automne 1987, Montréal.

TABLEAU 3.13

Répartition de la portée, du nombre d'heures d'écoute et du nombre moyen d'heures d'écoute des stations de radio, selon l'affiliation, Québec, 1982.

Écoute	CBC de base et affiliées	Radio-Canada de base	Radio Canada affiliées	Télémédia de base	Télémédia affiliées	Radiomutuel de base	Radiomutuel affiliées	Radio-Canada Télémédia affiliées	Radio Appalaches Télémédia affiliées	Non affiliées
Nombre de stations	3	9	3	5	12	5	5	10	6	57
Portée[a] (000)	260	771	38	1 508	408	1 015	121	236	98	4 347
%[b]	4	13	1	26	7	17	2	4	2	75
Portée moyenne (000)	86,7	85,6	12,7	301,6	34,0	203,0	24,2	23,6	16,3	76,3
Nombre d'heures[c] (000)	2 107	5 634	432	13 477	4 421	8 724	1 192	2 949	1 018	72 154
%	1,9	5,0	0,4	12,0	4,0	7,8	1,1	2,6	0,9	64,3
Nombre moyen d'heures (000)	702,3	626,0	144,0	2 695,4	368,4	1 744,8	238,4	294,9	169,7	1 265,8
Nombre moyen d'heures/personne[d]	8,1	7,3	11,3	8,9	10,8	8,6	9,8	12,5	10,4	16,6

a) Le nombre total de personnes différentes qui écoutent une station donnée pour une période d'au moins 15 minutes, durant une semaine.
b) Pourcentage de la population de 7 ans et plus à l'écoute.
c) Le nombre total d'heures d'écoute consacrées à une station donnée par tous ses auditeurs, durant une semaine.
d) La durée moyenne que chaque auditeur passe à l'écoute d'une station donnée, durant une semaine.

Source: Sondages BBM, Radio Automne 1982, compilation spéciale, Toronto, novembre 1984.

TABLEAU 3.14

Répartition de la portée, du nombre d'heures d'écoute et du nombre moyen d'heures d'écoute des stations de radio, selon l'affiliation sportive, Québec, 1982.

Écoute	avec affiliation sportive	sans affiliation sportive	Total
Nombre de stations	50	63	113
%	44,2	55,8	100,0
Portée[a]			
(000)	3 375	4 436	5 434
%[b]	58,0	76,0	93,0
Portée moyenne (000)	67,5	70,4	48,1
Nombre d'heures[c]			
(000)	38 488	73 339	112 124
%	34,5	65,5	100,0
Nombre moyen d'heures (000)	769,8	1 164,1	992,2
Nombre moyen d'heures par personne[d]	11,4	16,5	20,6

a) Le nombre total de personnes différentes qui écoutent une station donnée pour une période d'au moins 15 minutes, durant une semaine.
b) Pourcentage de la population de 7 ans et plus.
c) Le nombre total d'heures d'écoute consacrées à une station par tous ses auditeurs, durant une semaine.
d) La durée moyenne que chaque auditeur passe à l'écoute d'une station donnée, durant une semaine.

Source: Sondages BBM, Radio Automne 1982, compilation spéciale, Toronto, novembre 1984.

TABLEAU 3.15

Répartition procentuelle de la perception de la durée de l'écoute de la radio, la veille, selon le sexe et la langue, la scolarité, l'âge et l'état civil, Québec, 1985.

	Sexe		Langue		Scolarité			Age				Etat civil		Total
	Masc.	Fém.	Franc.	Angl.	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	
n'a pas écouté	35	33	36	21	40	34	29	40	39	27	23	33	33	34
moins de 2 h	36	25	29	38	24	26	42	31	34	28	29	31	32	31
de 2h à 3h59	15	20	16	27	14	21	16	15	17	21	20	17	18	17
4h et plus	14	22	29	14	22	19	13	14	10	24	28	19	17	18
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

TABLEAU 3.16

Répartition procentuelle de la perception de l'écoute de la radio, la veille, selon le sexe, la langue, la scolarité, l'âge et l'état civil, Québec, 1985

	Sexe		Langue		Scolarité			Age				Etat civil		Total
	Masc.	Fém.	Franc.	Angl.	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	
Seulement anglais	15	16	4	74	4	17	20	16	15	18	13	16	19	16
Surtout anglais	5	4	3	13	1	4	7	7	4	2	5	3	8	4
Autant franc./angl.	13	11	12	10	7	11	16	10	12	12	13	10	11	12
Surtout français	10	7	10	1	9	7	9	10	7	9	7	7	12	8
Seulement français	57	62	71	1	78	61	47	56	63	60	61	64	50	60
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

TABLEAU 3.17

Bilan de l'industrie de la radiodiffusion et de la télévision privées, 1986.

	Québec			Ontario			Canada		
	$	Moyenne	Indice[a]	$	Moyenne	Indice	$	Moyenne	Indice
Nombre d'entreprises	64	1	-	75	1	-	271	1	-
Total de l'actif (000)	473 106	7 392	103	821 924	10 959	153	1 946 585	7 183	100
Total du passif (000)	222 892	3 483	84	522 725	6 970	169	1 118 535	4 127	100
Total de l'avoir des actionnaires (000)	250 214	3 910	128	299 199	3 989	131	828 050	3 056	100
Ratio d'endettement[b]	47,1	-	-	63,6	-	-	57,5	-	-

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

b) Ratio d'endettement = $\frac{\text{total du passif}}{\text{total de l'actif}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 3.18

Recettes et dépenses de l'industrie de la radiodiffusion privée, 1986.

	Québec				Ontario				Canada			
	$(000)	%	Moyenne $(000)	Indice[a]	$(000)	%	Moyenne $(000)	Indice	$(000)	%	Moyenne $(000)	Indice
Unités déclarantes (N)	90		1	-	141		1	-	462		1	-
Recettes d'exploitation												
vente de temps local	100 221	72,5	1 114	110	152 769	74,0	1 083	107	466 086	74,8	1 009	100
vente de temps national	35 326	25,6	393	126	51 639	25,0	366	117	144 305	23,2	312	100
vente de temps réseau	1 003	0,7	11	511	0	0	0	0	1 008	0,2	2	100
droits de diffusion	27	0,0	0	33	0	0	0	0	422	0,1	1	100
recettes de production	1 355	1,0	15	88	1 636	0,8	12	68	7 926	1,3	17	100
autres recettes	216	0,2	2	38	387	0,2	3	43	2 951	0,5	6	100
Total	138 147	100,0	1 535	114	206 430	100,0	1 464	109	622 698	100,0	1 348	100
Dépenses internes												
émissions	44 762	36,1	497	118	61 624	34,7	437	104	193 922	35,6	420	100
services techniques	4 608	3,7	51	90	8 849	5,0	63	110	26 402	4,8	57	100
ventes et promotions	32 181	25,9	358	113	49 390	27,8	350	111	146 451	26,9	317	100
administration et frais généraux	42 516	34,3	472	122	57 515	32,4	408	106	178 518	32,7	386	100
Total	124 068	100,0	1 379	117	177 378	100,0	1 258	107	545 293	100,0	1 180	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 3.19

Effectifs, salaires versés et bénéfices de l'industrie de la radiodiffusion privée, 1986.

	Québec			Ontario			Canada		
	$	Moyenne	Indice[a]	$	Moyenne	Indice	$	Moyenne	Indice
Unités déclarantes	90	1	-	141	1	-	462	7	1
Effectifs moyens	1 905	21	97	3 408	24	111	10 094	22	100
Rémunérations et avantages sociaux compris dans les dépenses	60 128 610	668 096	106	96 464 127	684 143	108	292 117 691	632 289	100
Rémunération moyenne	668 096	31 564	109	684 143	50 637	175	632 289	28 940	100
Bénéfices (pertes) avant impôts sur le revenu	7 214 031	80 156	147	6 396 627	45 366	83	25 131 236	54 397	100
Bénéfices (pertes) après impôts sur le revenu	4 350 192	48 335	253	(1 088 619)	(7 721)	(40)	8 809 573	19 068	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

Chapitre 4 La télévision

Description

4.1 Nombre de stations/réseau/langue/région 64

Propriété

4.2 Nombre de stations/type de propriété/région et langue 65
4.3 Nombre de stations privées/concentration de la propriété 66

Contenu

4.4 Offre des différents genres d'émissions 67

Pénétration-consommation

4.5 Portée et nombre d'heures d'écoute/langue/type de propriété 68
4.6 Portée et nombre d'heures d'écoute/affiliation 69
4.7 Temps d'écoute de la télévision, la veille/sexe/langue 70
4.8 Temps d'écoute de la télévision, la veille/âge 71
4.9 Fréquence d'utilisation du téléviseur à diverses fins 72
4.10 Niveau d'intérêt à utiliser le téléviseur à diverses fins 73
4.11 Utilisation et intention d'achat d'un magnétoscope 74
4.12 Utilisation et intention d'achat d'un micro-ordinateur 75

Écoute de la télévision, région de Montréal, de 1968 à 1988

4.13 Chez les deux ans et plus 76
4.14 Graphique, deux ans et plus 77
4.15 Chez les 18 ans et plus 78
4.16 Graphique, 18 ans et plus 79
4.17 Chez les 12 à 17 ans 80
4.18 Graphique, 12 à 17 ans 81
4.19 Chez les 2 à 11 ans 82
4.20 Graphique, 2 à 11 ans 83

Écoute de la télévision de 1983 à 1988, au Québec, en Ontario et au Canada

4.21 2 ans et plus, 18 ans et plus, 12 à 17 ans, 2 à 11 ans 84
4.22 Graphique, 2 ans et plus 85
4.23 Graphique, 18 ans et plus 86
4.24 Graphique, 12 à 17 ans 87
4.25 Graphique, 2 à 11 ans 88

Économie de la télévision privée, 1986

4.26 Bilan de l'industrie 89
4.27 Recettes et dépenses de l'industrie 90
4.28 Effectifs, salaires et bénéfices de l'industrie 91

TABLEAU 4.1

Répartition régionale des stations de télévision, selon la langue et l'affiliation à un réseau, Québec, 1987.

Régions administratives	Français								Anglais					
	AFFILIATION								AFFILIATION					
	Radio-Canada		Radio-Québec		TVA		TQS		CBC		CTV		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	2	20,0	1	16,6	2	20,0	-	-	-	-	-	-	5	14,7
Saguenay-Lac-St-Jean	1	10,0	1	16,6	1	10,0	1	20,0	-	-	-	-	4	11,7
Québec	2	20,0	1	16,6	2	20,0	1	20,0	1	50,0	-	-	6	17,6
Trois-Rivières	1	10,0	-	-	1	10,0	-	-	-	-	-	-	2	5,8
Estrie	1	10,0	-	-	1	10,0	-	-	-	-	-	-	2	5,8
Montréal	1	10,0	1	16,6	1	10,0	1	20,0	1	50,0	1	100,0	7	20,5
Outaouais	-	-	-	-	1	10,0	1	20,0	-	-	-	-	2	5,8
Abitibi-Témiscamingue	1	10,0	1	16,6	1	10,0	1	20.0	-	-	-	-	4	11,7
Côte-Nord	1	10,0	1	16,6	-	-	-	-	-	-	-	-	2	5,8
Total par réseau	10	29,4	6	17,6	10	29,4	5	14,7	2	5,8	1	2,9	34	100,0
Total par langue			31	91,1							3	8,8		

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 4.2

Répartition régionnale et linguistique des stations de télévision, selon le type de propriété, Québec 1987.

	Privée		Publique	
	N	%	N	%
Région administrative				
Bas St-Laurent-Gaspésie	2	9,0	3	25,0
Saguenay-Lac-St-Jean	3	13,6	1	8,3
Québec	4	18,1	2	16,6
Trois-Rivières	2	9,0	-	-
Estrie	2	9,0	-	-
Montréal	4	18,1	3	25,0
Outaouais	2	9,0	-	-
Abitibi-Témiscamingue	3	13,6	1	8,3
Côte-Nord	-	-	2	16,6
Langue principale				
Français	20	90,9	11	91,6
Anglais	2	9,0	1	8,3
Total	22	64,7	12	35,2

Source: CRTC, promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987.

TABLEAU 4.3

Répartition des stations de télévision privées selon la concentration de la propriété et la distribution décroissante des compagnies possédant 2 filiales ou plus, Québec, 1987.

Propriété privée	Nombre de stations	%	Nombre de compagnies	%
Unique (médias indépendants)[a]	4	18,1	4	36,3
Multiple (médias concentrés)[b]	18	81,8	7	63,6
Total	22	100,0	11	100,0

Rang	Nombre de stations	Nombre de compagnies	Total	%
1	5	1	5	27,7
2	3	1	3	16,6
3	2	5	10	55,5
Total	-	7	18	100,0

a) Appartenant à une compagnie possédant une filiale seulement.
b) Appartenant à une compagnie possédant deux filiales et plus.

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 4.4

Répartition procentuelle de l'offre des émissions présentées par les réseaux de télévision, pour la journée entière (6 à 24 heures), selon les catégories du CRTC, Québec, 1982

Genres d'émissions	Radio-Canada %	Radio-Québec %	TVA %	CBC %	CTV %	TOTAL %
Information et orientation						
Nouvelles	7,2	--	12,0	13,1	10,6	9,2
Événements locaux	0,7	0,2	1,6	0,3	0,1	0,7
Affaires publiques	10,9	55,4	14,7	16,6	11,2	18,0
Religion	2,2	1,7	0,5	2,0	2,9	2,0
Éducation scolaire	0,7	1,4	--	10,0	1,8	2,8
Éducation populaire	18,2	14,0	12,9	9,7	5,7	11,9
Sous-total	39,9	72,7	41,7	51,7	32,3	44,6
Divertissement						
Hit parade	--	--	0,9	--	--	0,2
Musique populaire	0,9	3,0	0,9	1,6	0,2	1,1
Théâtre	46,1	16,2	44,7	26,9	40,4	36,9
Jeux et questionnaire	1,0	--	2,9	4,7	9,3	4,1
Variétés	4,7	--	6,1	5,4	9,8	5,8
Musique et danse	--	--	0,3	--	--	0,1
Critiques	0,3	--	--	--	--	0,1
Sous-total	53,0	19,2	55,8	38,6	59,7	48,3
Arts, lettres et sciences	0,3	1,7	0,3	1,0	0,1	0,6
Sports	6,9	--	2,2	8,7	7,9	5,6
Non disponibles	--	6,4	--	--	--	0,9
Total %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(Heures/semaine)	(120)	(78)	(107)	(107)	(140)	(552)

a) Pour les réseaux Radio-Québec, TVA et CTV, l'offre est celle des stations maîtresses: CIVM, CFTM et CFCF. Pour Radio-Canada, il s'agit d'une moyenne de l'offre de CBFT (station de base), de CKRS et CKTM (stations affiliées) et pour CBC, d'une moyenne de l'offre de CBMT (station de base) et CKMI (station affiliée).

Source: Statistique Canada, sous-division de la culture, Projet télévision, compilation spéciale, février 1985.

TABLEAU 4.5

Répartition de la portée, du nombre d'heures d'écoute et du nombre moyen d'heures d'écoute des stations de télévision selon la langue et le type de propriété, Québec 1987.

Écoute	Français	Anglais			Privée	Publique	Total
		Total	Canada	États-Unis			
Nombre de stations	31	-	3	-	22	12	34
Portée[a] (000)	5 393	3 079	2 616	1 980	5 850	4 558	5 940
%	88,6	50,6	44,0	33,3	96,1	74,9	100,0
Portée moyenne (000)	174	-	872	-	266	380	179
Nombre d'heures[b] (000)	126 118	31 323	17 864	13 459	124 435	33 006	157 441
%	80,1	19,9	11,3	8,6	79,0	21,0	100,0
Nombre moyen d'heures (000)	4 068	10 441	5 955	-	5 656	2 750	4 631
Nombre moyen d'heures d'écoute[c]	23,4	10,2	6,8	6,8	21,3	7,2	25,9

a) Le nombre total de personnes différentes qui écoutent au moins un membre d'un groupe de stations donné pour une période d'au moins 15 minutes, durant une semaine.
b) Le nombre total d'heures d'écoute consacrées à un groupe de stations donné par tous ses auditeurs, durant une semaine.
c) La durée moyenne que chaque auditeur passe à l'écoute d'une station donnée, durant une semaine.

Source: Sondages BBM, Télévision Automne 1982, compilation Statistique Canada, Ottawa, février 1985.

TABLEAU 4.6

Répartition de la portée, du nombre d'heures d'écoute et du nombre moyen d'heures d'écoute des stations de télévision selon l'affiliation, Québec, 1982.

Écoute	R-Q	SRC	TVA	CBC	CTV	Total
Nombre de stations	7	11	9	2	1	30
Portée[a] (000)	1 667	5 107	4 912	1 873	2 582	6 150
%	27,1	83,0	79,9	30,5	42,0	100,0
Portée moyenne (000)	238	464	546	937	2 582	205
Nombre d'heures[b] (000)	3 359	47 958	58 554	6 092	16 169	132 333
%	2,7	36,2	44,2	4,6	12,2	100,0
Nombre moyen d'heures (000)	508	4 360	6 506	3 046	16 169	4 411
Nombre moyen d'heures d'écoute[c]	2,1	9,4	11,9	3,3	6,3	21,5

a) Le nombre total de personnes différentes qui écoutent au moins un membre d'un groupe de stations donné pour une période d'au moins 15 minutes, durant une semaine.
b) Le nombre total d'heures d'écoute consacrées à un groupe de stations donné par tous ses auditeurs, durant une semaine.
c) La durée moyenne que chaque auditeur passe à l'écoute d'une station donnée, durant une semaine.

Source: Sondages BBM, Télévision Automne 1982, compilation Statistique Canada, Ottawa, février 1985.

TABLEAU 4.7

Répartition procentuelle de la perception de la durée de l'écoute de la télévision, la veille, selon le sexe et la langue, la scolarité, l'âge et l'état civil, Québec, 1985.

	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Total
	Masc.	Fém.	Franc.	Angl.	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célibataire	
n'a pas écouté	19	20	19	21	18	18	22	26	20	16	9	18	25	19
moins de 2 h	27	27	26	26	21	28	28	27	31	26	21	28	23	26
de 2h à 3h59	35	32	32	40	33	30	37	29	32	39	35	33	29	33
4h et plus	20	21	23	13	28	24	13	28	17	19	35	21	23	22
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

TABLEAU 4.8

Répartition procentuelle de la perception de l'écoute de la télévision, la veille, selon le sexe, la langue, la scolarité, l'âge et l'état civil, Québec, 1985.

	Sexe		Langue		Scolarité			Age				État civil		Total
	Masc.	Fém.	Franc.	Angl.	0-8	9-13	14+	18-29	30-44	45-59	60+	Marié	Célib.	
Seulement anglais	13	17	7	75	5	17	21	18	14	16	14	14	24	15
Surtout anglais	8	6	7	9	5	6	10	10	5	7	5	6	10	7
Autant français/angl.	16	16	17	10	10	19	17	19	18	12	16	13	25	16
Surtout français	10	5	8	1	10	6	8	5	7	7	12	7	6	7
Seulement français	53	55	61	4	70	52	44	49	56	58	53	60	35	52
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

TABLEAU 4.9

Répartition procentuelle de la fréquence d'utilisation du téléviseur à diverses fins, selon l'âge, la langue, la scolarité et le revenu, Québec, 1985.

Fréquence d'utilisation du téléviseur à diverses fins		Age				Langue		Scolarité			Revenu				Total[a]
		18-29	30-44	45-59	60+	Fran.	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M+	
Jeux vidéo															
Très souvent et souvent		4	13	10	1	7	2	5	7	8	3	4	11	10	7
Rarement, jamais et NSP/NRP		95	88	90	99	92	98	95	93	92	97	96	89	90	93
Micro-ordinateur															
Très souvent et souvent		3	3	4	1	2	5	0	4	4	1	2	4	5	3
Rarement, jamais et NSP/NRP		97	97	96	99	98	95	100	96	96	99	98	96	95	97
Visionnement de films sur cassette															
Très souvent et souvent		38	34	15	7	26	25	11	33	26	10	25	29	38	26
Rarement, jamais et NSP/NRP		62	66	85	93	74	75	89	67	74	90	75	71	62	74
Total	%	31,2	27,7	21,2	20,2	86,3	13,0	23,3	45,2	31,5	25,5	20,5	22,3	31,2	100,0
	N	187	166	127	121	518	78	140	271	189	153	123	134	187	600

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100% car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus interviewées à domicile).

TABLEAU 4.10

Répartition procentuelle de l'intérêt à utiliser le téléviseur à diverses fins, selon le sexe, l'âge, la langue, la scolarité, le revenu et l'état civil, Québec, 1985.

Types d'utilisation du téléviseur	Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu				État civil		Total
	Masc	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M+	Marié	Cél.	
Transactions bancaires																		
Oui, prêt à payer	18	12	25	16	9	5	15	15	5	13	25	9	17	13	20	14	19	15
Oui, pas prêt à payer	7	11	10	12	10	3	8	15	4	8	14	5	12	8	11	8	12	9
Pas intéressé, NSP/NRP	75	77	65	73	82	91	77	70	90	79	61	85	71	80	69	77	70	76
Achats à distance																		
Oui, prêt à payer	8	8	12	7	4	5	7	9	3	7	11	5	8	9	8	9	6	8
Oui, pas prêt à payer	9	8	12	10	8	2	8	10	3	8	13	7	7	9	10	8	12	9
Pas intéressé, NSP/NRP	83	84	75	83	89	93	84	80	93	84	76	87	85	81	81	83	83	83
Accès à des banques d'information																		
Oui, prêt à payer	28	18	33	28	15	9	24	20	9	20	38	12	25	26	28	23	27	23
Oui, pas prêt à payer	12	14	15	12	12	12	13	14	8	13	17	11	15	17	11	12	17	13
Pas intéressé, NSP/NRP	60	67	52	59	73	78	64	66	83	67	44	76	60	58	60	65	56	64
Jeux vidéo																		
Oui, prêt à payer	11	7	15	12	4	-	9	5	5	13	6	4	13	11	8	10	8	9
Oui, pas prêt à payer	5	6	10	5	3	-	5	4	4	5	6	7	6	5	3	4	9	5
Pas intéressé, NSP/NRP	85	87	75	84	93	100	86	92	90	82	89	89	81	84	89	86	83	86
Télé-alarme																		
Oui, prêt à payer	46	42	52	53	38	25	43	48	33	40	57	31	45	42	55	43	51	44
Oui, pas prêt à payer	11	12	11	10	17	9	11	15	14	9	3	11	10	12	13	11	12	11
Pas intéressé, NSP/NRP	43	46	37	38	46	66	47	37	54	50	30	59	45	46	33	45	38	45
Total %	48,7	51,3	31,2	27,7	21,2	20,2	86,9	13,1	23,3	45,2	31,5	25,6	20,6	22,4	31,3	77,2	22,8	100
Total N	292	308	187	166	127	121	518	78	140	271	189	153	123	134	187	414	122	600

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 4.11

Répartition procentuelle de la possession, de l'utilisation et de l'intention d'achat d'un magnétoscope à cassettes, Québec, 1985.

		Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu				État civil		Total
		Masc	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M+	Marié	Cél.	
Magnétoscope à cassettes																			
Possède ou loue en permanence		30	32	31	45	24	14	30	34	24	34	31	11	31	34	44	34	25	30
Loue ou emprunte à l'occasion		11	9	19	11	5	1	10	10	7	10	11	8	5	12	14	10	15	10
N'en a pas		59	59	48	44	71	85	60	55	69	55	58	80	64	54	43	56	60	59
Total	%	48,8	51,2	31,1	27,6	21,1	20,3	86,4	13,0	23,3	45,3	31,4	25,5	20,6	22,3	31,1	69,1	20,3	100
	N	293	308	187	166	127	122	519	78	140	272	189	153	124	134	187	415	122	601
Utilisation du magnétoscope																			
Visionner cassette louée		55	38	59	40	39	27	44	62	53	46	44	56	61	31	46	42	67	46
V. cass. achetée/échangée		3	3	3	3	-	5	3	0	0	4	3	6	2	3	3	3	4	3
Enregistrer film, TV		32	54	34	46	53	58	46	30	44	44	42	29	33	55	46	48	22	43
Conserver film/émis. TV		5	2	2	5	5	5	4	3	2	4	3	9	0	4	3	3	4	4
V. ses propres films		5	3	2	6	2	5	4	5	0	3	2	-	4	8	3	4	4	4
Total	%	48,6	51,4	40,0	37,9	14,7	7,3	84,5	14,3	17,6	49,8	32,7	12,2	18,4	24,9	43,7	73,9	20,0	100
	N	119	126	98	93	36	18	207	35	43	122	80	30	45	61	107	181	49	245
Intention d'achat d'un magnétoscope																			
Très ou assez probable		18	11	18	25	15	3	14	25	5	21	16	4	10	23	24	18	11	14
Peu ou pas probable		81	89	82	75	86	96	86	74	94	79	85	96	88	77	76	82	89	85
Total	%	47,0	52,9	24,2	25,2	23,5	27,0	82,6	12,7	26,8	44,9	28,2	30,1	19,3	24,5	26,1	66,1	19,3	100
	N	200	225	103	107	100	115	351	54	114	191	120	128	82	104	111	281	82	425

* Données de septembre 1984

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 4.12

Répartition procentuelle de la possession, de l'utilisation et de l'intention d'achat d'un micro-ordinateur, selon le sexe, l'âge, la langue, la scolarité, le revenu et l'état civil, Québec, 1985.

		Sexe		Age				Langue		Scolarité			Revenu			État civil		Total[a]
		Masc.	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	Fran.	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins de 25M	25 à 35M	35M +	Marié	Cél.	
Micro-ordinateur																		
Possède		14	10	17	13	12	1	10	23	1	11	21	6	10	21	12	15	12
Ne possède pas		86	90	83	87	88	99	90	77	99	89	79	94	90	79	87	85	88
Total	%	48,8	51,2	31,0	27,7	21,1	20,2	86,4	12,1	23,2	45,1	31,7	46,3	22,2	31,0	68,8	20,4	100,0
	N	294	309	187	167	127	122	521	78	140	272	191	279	134	187	415	123	603
Utilisation du micro-ordinateur																		
But utilitaire		6	6	9	8	0	0	7	5	0	6	7	0	13	7	7	5	6
Se divertir avec jeux		44	31	46	39	26	0	46	15	100	61	20	39	55	33	37	44	38
Fin de travail		23	26	20	15	38	100	19	40	0	11	34	10	19	33	23	28	24
A des fins éducatives		19	21	12	35	14	0	17	25	0	10	26	33	7	17	20	14	19
Consulter banques d'information		2	0	0	0	6	0	2	0	0	0	2	0	0	2	2	0	1
Combinaison		2	6	6	4	0	0	5	0	0	9	0	10	6	0	5	0	4
NSP/NRP		4	12	8	0	16	0	4	15	0	3	11	10	0	9	7	9	7
Total	%	58,3	41,7	43,1	31,9	22,2	2,8	75,0	25,0	1,3	41,7	56,9	25,0	19,4	19,4	72,2	26,4	100,0
	N	42	30	31	23	16	2	54	18	1	30	41	18	14	14	52	19	72
*Données de septembre 1984																		
Intention d'achat d'un micro-ordinateur																		
Très ou assez probable		NON		12	15	5	2	8	19	1	10	15	3	10	19	9	12	9
Peu ou pas du tout probable et NSP/NRP		SIGNI-FICATIF		87	86	94	98	93	81	99	89	85	97	90	82	91	88	91
Total	%	45,3	54,7	28,7	25,7	22,6	22,9	81,9	14,0	23,9	46,8	29,3	46,7	24,4	28,7	65,7	20,1	100,0
	N	243	293	154	138	121	123	439	75	128	251	157	250	131	154	352	108	536

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100% car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 4.13

Évolution de la répartition des heures d'écoute des stations de télévision chez les deux ans et plus, région métropolitaine de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988.

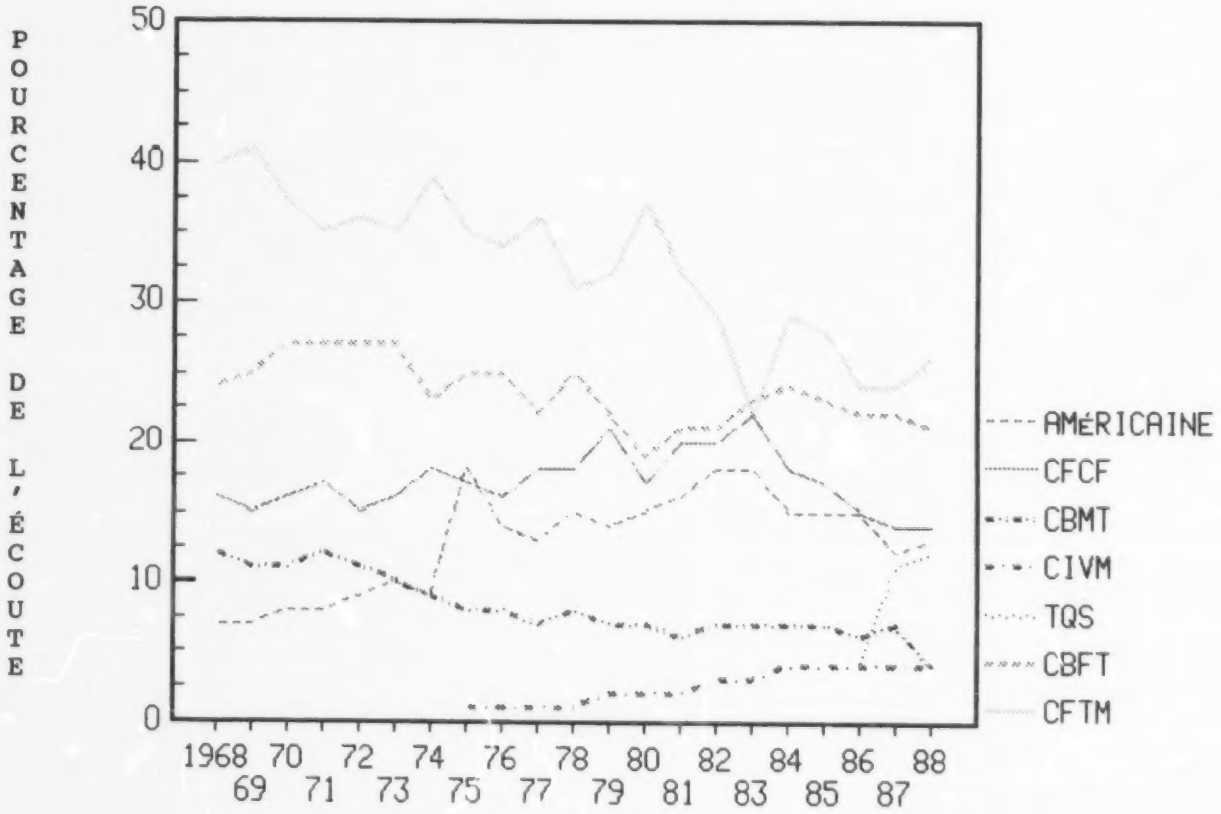
	1968	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88
CFTM	40	41	37	35	36	35	39	35	34	36	31	32	37	32	29	22	29	28	24	24	26
CBFT	24	25	27	27	27	27	23	25	25	22	25	22	19	21	21	23	24	23	22	22	21
CIVM	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4
TQS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	11	12
TVFQ / TV5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	0	0
P.CHOIX/S.ÉCRAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	0	1
TVJQ / FAMILLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	1
TVSQ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
MUSIQUE PLUS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	1
AUTRES FRANÇAIS	1	0	1	1	1	2	2	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0
SOUS-TOT. FRANÇAIS	65	66	65	63	64	64	64	61	62	61	57	57	58	56	55	48	58	57	56	62	66
CFCF	16	15	16	17	15	16	18	17	16	18	18	21	17	20	20	22	18	17	15	14	14
CBMT	12	11	11	12	11	10	9	8	8	7	8	7	7	6	7	7	7	7	6	7	4
MUCH MUSIC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TSN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
FIRST CHOICE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TV ÉTATS-UNIS	7	7	8	8	9	10	9	18	14	13	15	14	15	16	18	18	15	15	15	12	13
AUTRES ANGLAIS	-	1	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	1	1	1	0	0	0	0	0
SOUS-TOT. ANGLAIS	35	34	35	37	35	36	36	39	39	39	41	42	40	43	46	48	40	39	36	33	31
MAGNÉTOSCOPES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	2	2
AUTRES[a]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	2	1	-	4	1	1	2	4	0
TOTAL (000)	57 880		59 811		65 429		62 680		65 605		64 305		69 987		64 707		51 760		56 268		57 338
DE L'ÉCOUTE		57 477		57 294		66 405		69 637		64 261		63 165		63 572		62 211		54 033		56 392	

a) Non spécifiées par BBM.

Source: BBM, Télévision. Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.14

Heures d'écoute, 2 ans et plus, région de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975,1976).

TABLEAU 4.15

Évolution de la répartition des heures d'écoute des stations de télévision chez les 18 ans et plus, région métropolitaine de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988.

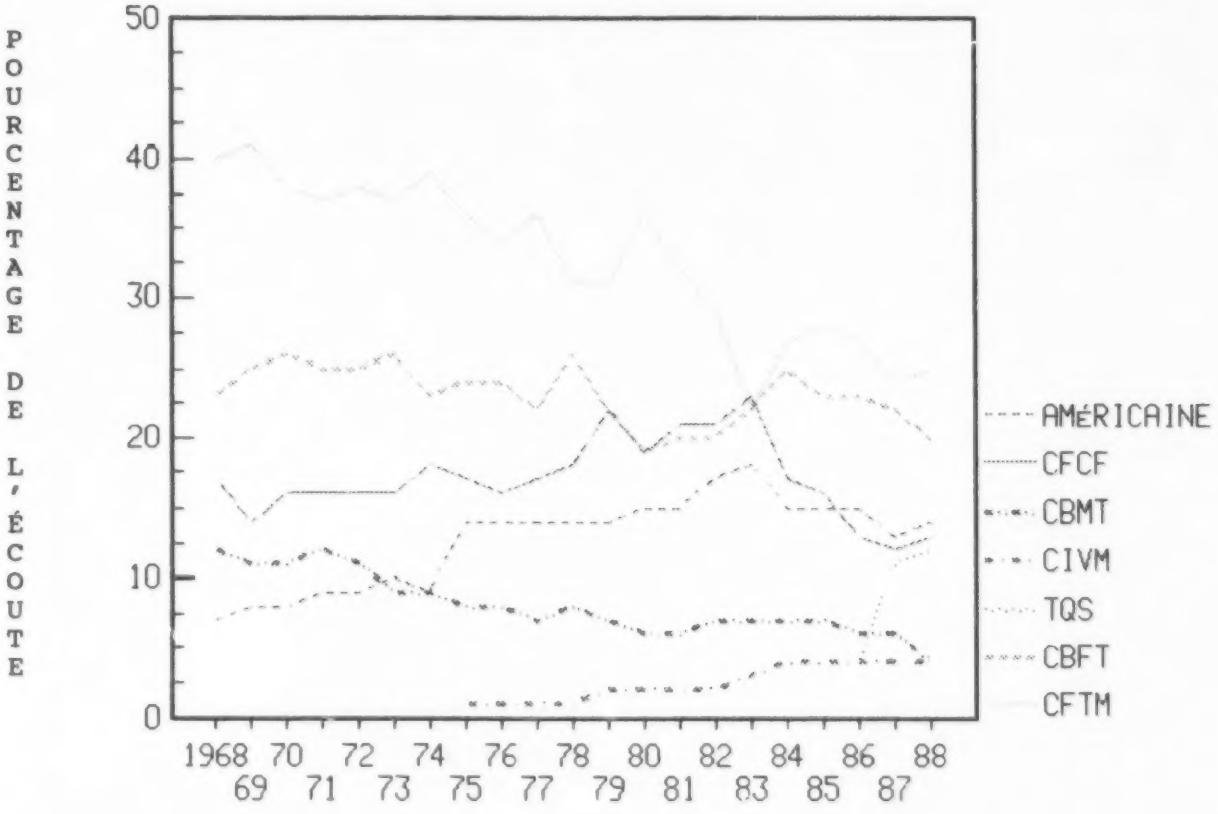
	1968	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88
CFTM	40	41	38	37	38	37	39	36	34	36	31	31	36	32	29	22	27	28	27	24	25
CBFT	23	25	26	25	25	26	23	24	24	22	26	22	19	20	20	22	25	23	23	22	20
CIVM	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4
TQS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	11	12
TVFQ / TV5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0	0	0
P.CHOIX/S.ÉCRAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1
TVJQ / FAMILLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0	2
TVSQ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
MUSIQUE PLUS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	1
AUTRES FRANÇAIS	1	0	1	1	1	2	2	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1
SOUS-TOT. FRANÇAIS	64	67	65	63	64	64	64	61	60	61	58	56	57	55	53	47	57	57	60	62	66
CFCF	17	14	16	16	16	16	18	17	16	17	18	22	19	21	21	23	17	16	13	12	13
CBMT	12	11	11	12	11	9	9	8	8	7	8	7	6	6	7	7	7	7	6	6	4
MUCH MUSIC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TSN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
FIRST CHOICE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TV É.U.	7	8	8	9	9	10	9	14	14	14	14	14	15	15	17	18	15	15	15	13	14
AUTRES ANGLAIS	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1	1	0	2	1	1	1
SOUS-TOT. ANGL.	36	33	35	37	36	35	36	40	38	39	40	43	40	42	46	49	39	40	35	32	32
MAGNÉTOSCOPES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	2	3
AUTRES[a]	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	2	1	3	3	1	4	2	1	2	4	0
TOTAL (000)	41 756		44 488		48 023		47 357		50 201		50 793		56 918		52 739		62 353		68 184		68 990
DE L'ÉCOUTE		42 675		41 211		48 328		52 118		49 596		49 834		52 100		54 105		65 259		67 904	

a) Non spécifiées par BBM.

Source: BBM, Télévision. Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.16

Heures d'écoute, 18 ans et plus, région de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975,1976).

TABLEAU 4.17

Évolution de la répartition des heures d'écoute des stations de télévision chez les 12 à 17 ans, région métropolitaine de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988.

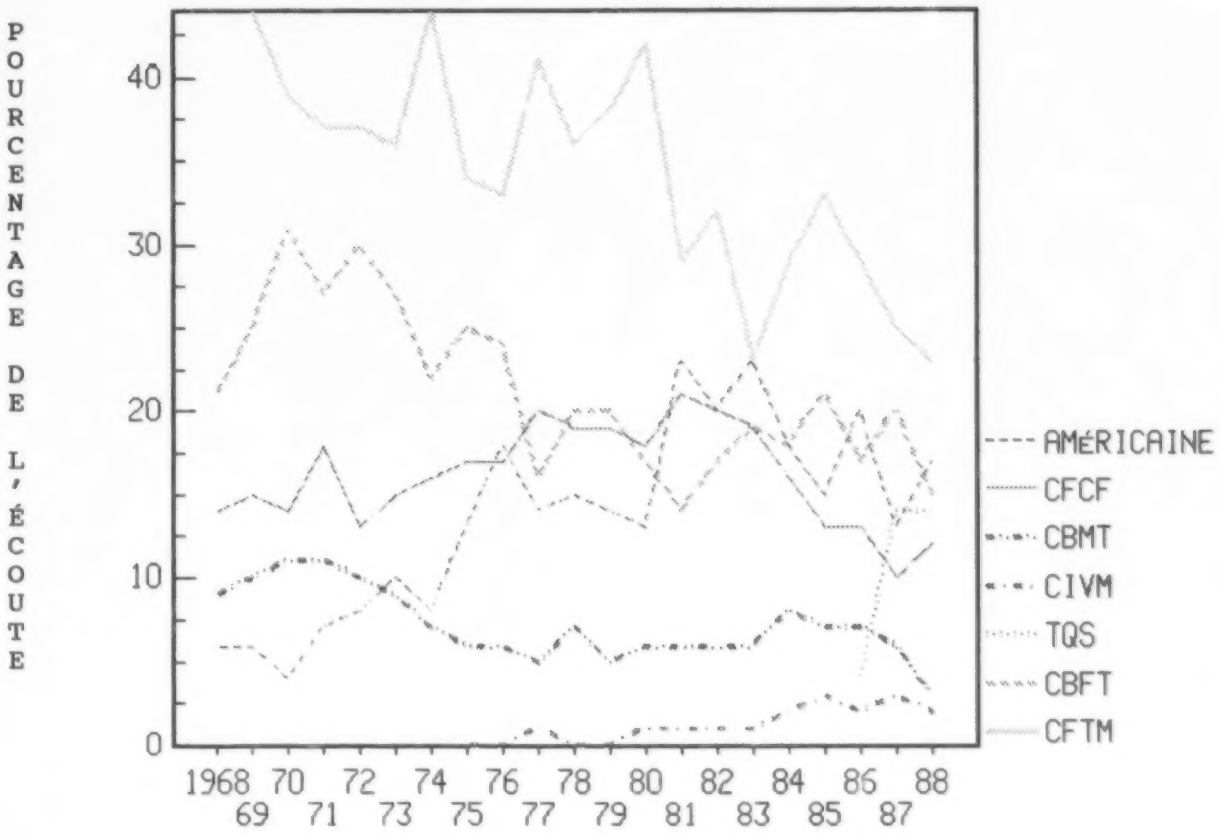
	1968	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88
CFTM	49	44	39	37	37	36	44	34	33	41	36	38	42	29	32	23	29	33	29	25	23
CBFT	21	25	31	27	30	27	22	25	24	16	20	20	17	14	17	19	18	21	17	20	15
CIVM	-	-	-	-	-	-	-	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	3	2	3	2
TQS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	14	14
TVFQ / TV5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0	0	0
P.CHOIX/S.ÉCRAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2	1
TVJQ / FAMILLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	2
TVSQ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
MUSIQUE PLUS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	3
AUTRES FRANÇAIS	1	0	1	1	1	2	2	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
SOUS-TOT. FRANÇAIS	71	69	70	64	68	65	69	59	58	61	56	59	60	46	52	46	51	60	54	64	60
CFCF	14	15	14	18	13	15	16	17	17	20	19	19	18	21	20	19	16	13	13	10	12
CBMT	9	10	11	11	10	9	7	6	6	5	7	5	6	6	6	6	8	7	7	6	3
MUCH MUSIC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TSN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
FIRST CHOICE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
TV É.U.	6	6	4	7	8	10	8	13	18	14	15	14	13	23	20	23	18	15	20	13	17
AUTRES ANGLAIS	-	-	1	-	1	-	-	2	1	1	-	-	-	2	1	1	0	0	0	0	0
SOUS-TOT. ANGL.	29	31	30	36	32	34	31	38	42	40	41	38	37	52	47	49	42	35	40	29	32
MAGNÉTOSCOPES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3	3	4	5
AUTRES[a]	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3	3	3	2	1	5	4	2	3	4	0
TOTAL (000) DE L'ÉCOUTE	6 660	5 360	5 592	6 543	6 796	7 157	6 625	7 190	6 904	7 283	6 488	5 673	5 622	5 206	5 301	4 319	4 124	3 673	4 611	3 808	4 205

a) Non spécifiées par BBM.

Source: BBM, Télévision. Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.18

Heures d'écoute, 12 à 17 ans, région de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975,1976).

TABLEAU 4.19

Évolution de la répartition des heures d'écoute des stations de télévision chez les 2 à 11 ans, région métropolitaine de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988.

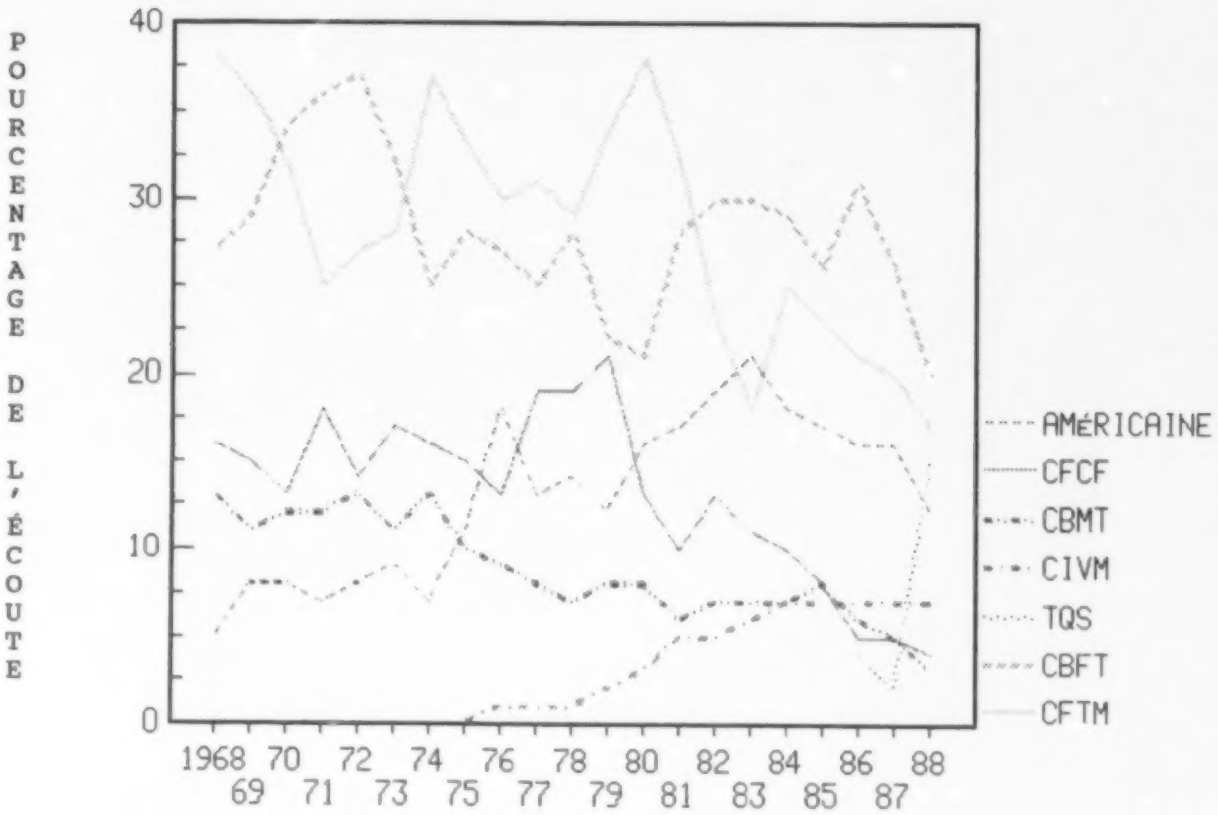
	1968	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88
CFTM	38	36	32	25	27	28	37	33	30	31	29	34	38	32	23	18	25	23	21	20	17
CBFT	27	29	34	36	37	32	25	28	27	25	28	22	21	28	30	30	29	26	31	26	20
CIVM	-	-	-	-	-	-	-	0	1	1	1	2	3	5	5	6	7	7	7	7	7
TQS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	9	10
TVFQ / TV5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
P.CHOIX/S.ÉCRAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	0
TVJQ / FAMILLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2	15
TVSQ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
MUSIQUE PLUS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
AUTRES FRANÇAIS	1	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
SOUS-TOT. FRANÇAIS	66	66	66	62	65	62	64	61	58	58	58	58	62	65	59	54	62	57	66	65	69
CFCF	16	15	13	18	14	17	16	15	13	19	19	21	13	10	13	11	10	8	5	5	4
CBMT	13	11	12	12	13	11	13	10	9	8	7	8	8	6	7	7	7	8	6	5	3
MUCH MUSIC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TSN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
FIRST CHOICE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
TV É.U.	5	8	8	7	8	9	7	11	18	13	14	12	16	17	19	21	18	17	16	16	12
AUTRES ANGLAIS	-	-	-	1	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	0	3	2	2	3
SOUS-TOT. ANGL.	34	34	33	38	35	37	36	37	41	41	40	41	37	33	39	39					
MAGNÉTOSCOPES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	3	3	6
AUTRES[a]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2	2	7	2	3	2	4	1
TOTAL (000)	9 464	9 441	9 730	9 539	10 610	10 919	8 698	10 329	8 499	7 382	7 024	7 658	7 447	6 263	6 666	6 787	6 469	7 553	7 304	7 704	7 446

a) Non spécifiées par BBM.

Source: BBM, Télévision. Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.20

Heures d'écoute, 2 à 11 ans, région de Montréal (RMR 4479), automnes 1968 à 1988



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975,1976).

TABLEAU 4.21

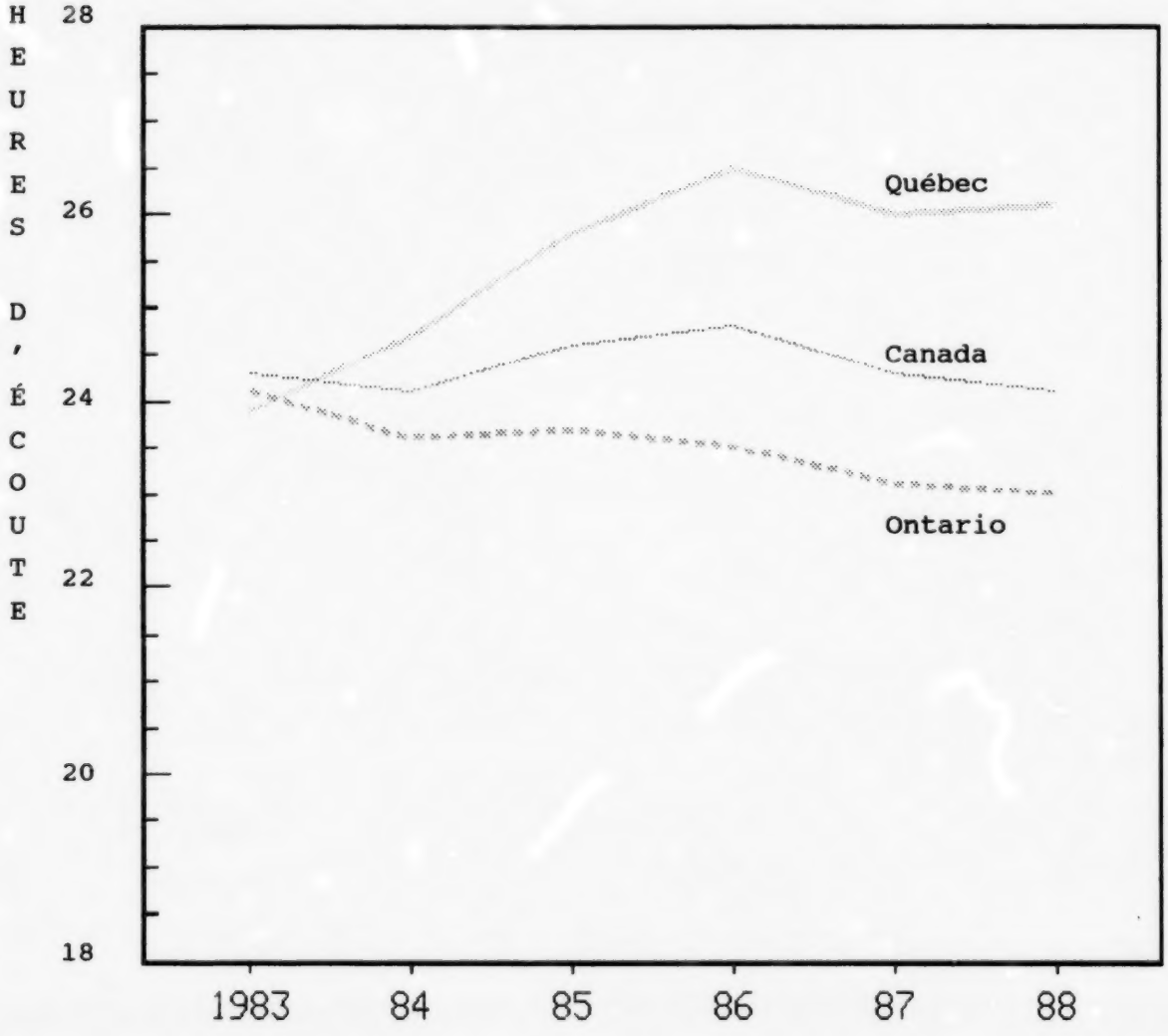
Nombre moyen des heures d'écoute hebdomadaire de la télévision par auditeur, chez certains groupes de la population québécoise et ontarienne, 1983-1988.

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Québec						
2 ans et plus	23,9	24,7	25,8	26,5	26,0	26,1
18 ans et plus	25,5	25,8	24,6	27,4	27,1	27,3
12-17 ans	18,8	21,1	21,6	23,6	20,4	21,2
2-11 ans	18,4	20,5	23,2	23,3	23,0	23,0
Ontario						
2 ans et plus	24,1	23,6	23,7	23,5	23,1	23,0
18 ans et plus	25,2	24,7	24,6	24,2	23,9	24,0
12-17 ans	22,1	20,1	19,6	19,5	18,7	18,2
2-11 ans	19,2	20,1	21,5	22,3	21,3	20,0
Canada						
2 ans et plus	24,3	24,1	24,6	24,8	24,3	24,1
18 ans et plus	25,7	25,3	25,6	25,7	25,3	25,3
12-17 ans	21,3	20,4	21,0	20,9	19,8	19,2
2-11 ans	18,6	20,1	21,6	22,3	21,8	20,6

Source: BBM, Télévision. Reach/Portée, automne de chaque année.

GRAPHIQUE 4.22

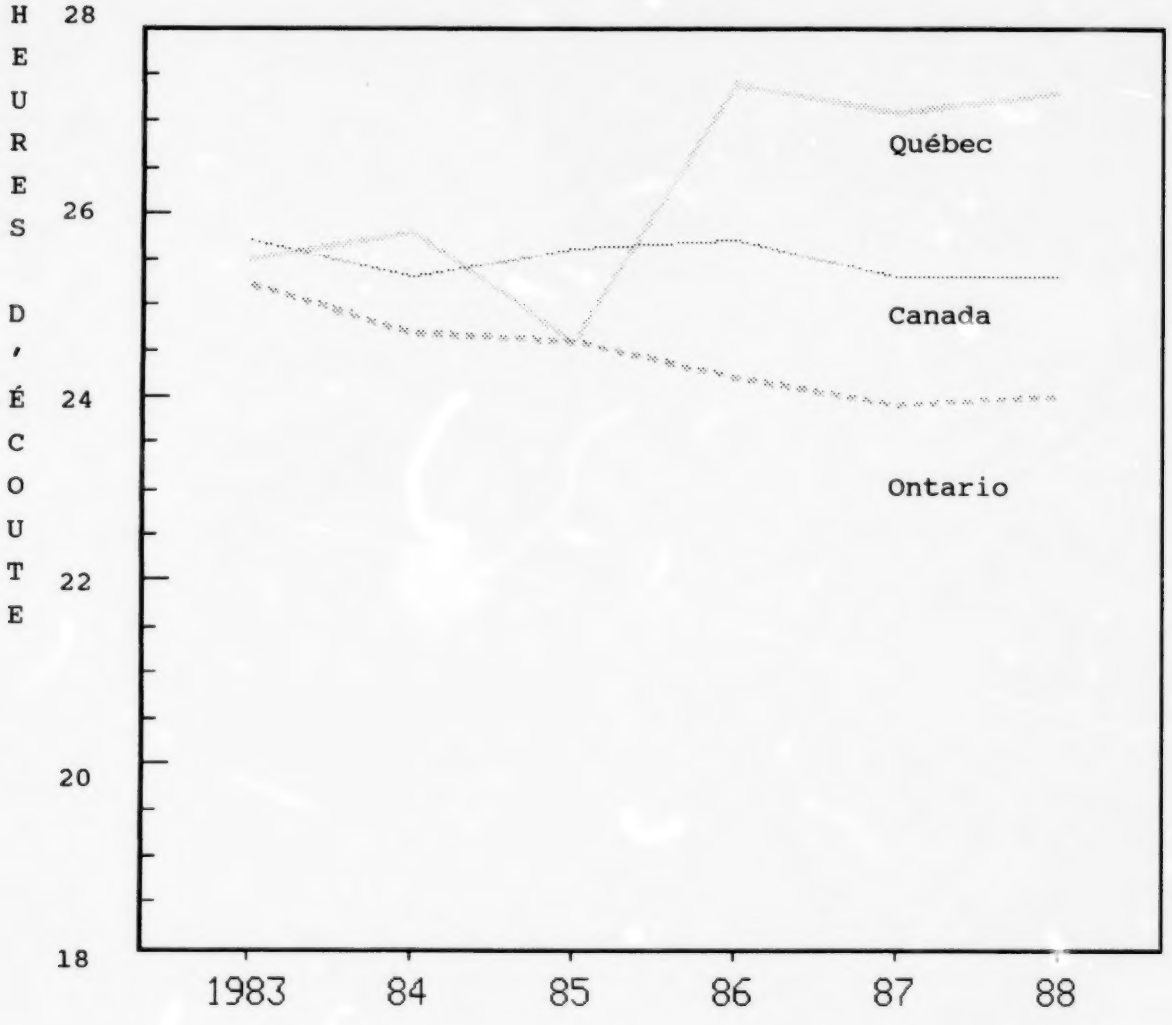
Heures d'écoute, 2 ans et plus, Québec, Ontario et Canada, automnes 1983 à 1988.



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.23

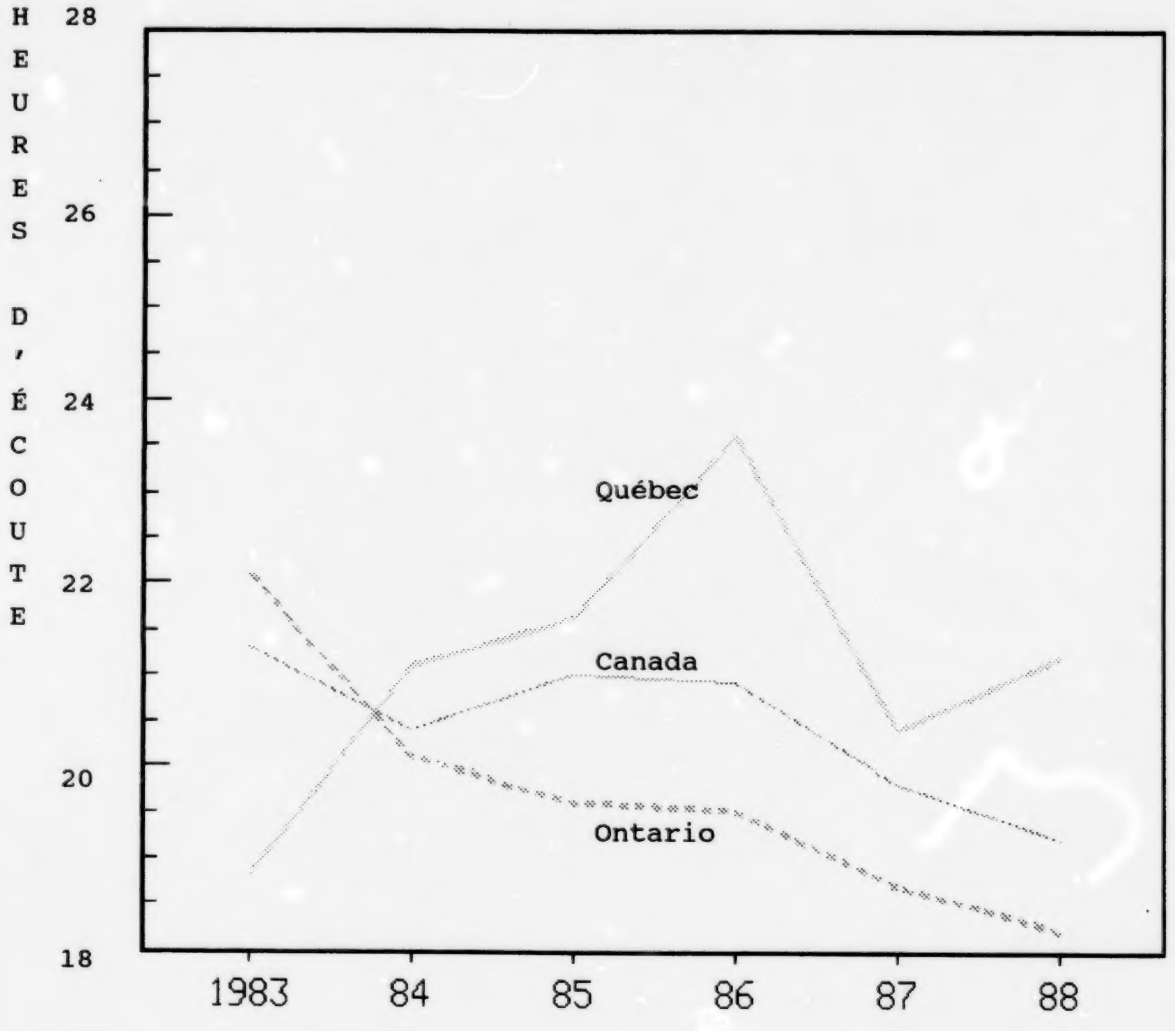
Heures d'écoute, 18 ans et plus, Québec, Ontario et Canada, automnes 1983 à 1988.



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.24

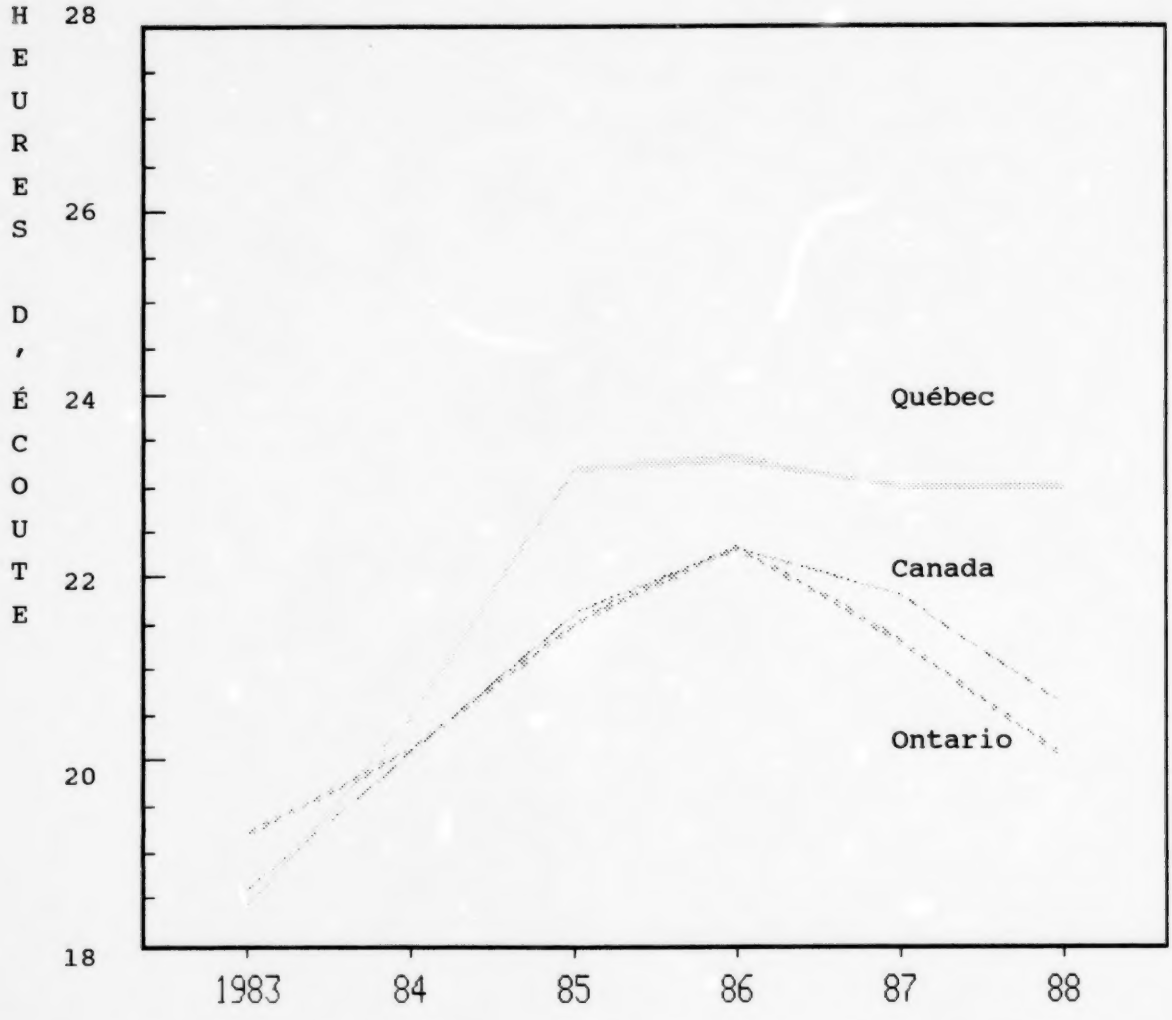
Heures d'écoute, 12 à 17 ans, Québec,
Ontario et Canada, automnes 1983 à 1988.



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

GRAPHIQUE 4.25

Heures d'écoute, 2 à 11 ans, Québec,
Ontario et Canada, automnes 1983 à 1988.



Source: BBM, Télévision, Reach/Portée, automne de chaque année, sauf 1975 (hiver 1975-1976).

TABLEAU 4.26

Bilan de l'industrie de la radiodiffusion et de la télévision privées, 1986.

	Québec	Moyenne	Indice[a]	Ontario	Moyenne	Indice	Total canadien	Moyenne	Indice
Nombre d'entreprises	64	1	-	75	1	-	272	1	-
Total de l'actif (000)	473 106	7 392	73	821 924	10 959	108	2 758 348	10 141	100
Total du passif (000)	222 892	3 483	70	522 725	6 970	140	1 353 150	4 975	100
Total de l'avoir des actionnaires (000)	250 214	3 910	76	299 199	3 989	77	1 405 198	5 166	100
Ratio d'endettement[b]	47,1	-	-	63,6	-	-	49,1	-	-

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

b) Ratio d'endettement = $\frac{\text{total du passif}}{\text{total de l'actif}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 4.27

Recettes et dépenses de l'industrie de la télévision privée, 1986.

	Québec				Ontario				Canada			
	$	%	Moyenne	Indice[a]	$	%	Moyenne	Indice	$	%	Moyenne	Indice
Unités déclarantes (N)	19		1	-	25		1	-	89		1	-
Recettes d'exploitation(000)												
- vente de temps local	69 883	29,5	3 678	141	50 057	12,6	2 002	77	232 397	23,0	2 611	100
- vente de temps national	109 694	46,3	5 773	96	258 678	65,3	10 347	173	532 811	52,8	5 987	100
- vente de temps réseau	33 422	14,1	1 759	98	50 963	12,9	2 039	114	158 976	15,8	1 786	100
- droits de diffusion	7 963	3,4	419	201	8 663	2,2	347	166	18 549	1,8	208	100
- recettes de production	4 877	2,1	257	49	25 889	6,5	1 036	197	46 775	4,6	526	100
- autres recettes	11 265	4,8	593	281	2 139	0,5	86	41	18 786	1,9	211	100
Total des recettes (000)	237 105	100,0	12 479	110	396 388	100,0	15 856	140	1 008 293	100,0	11 329	100
Dépenses internes (000)												
- émissions	109 901	58,8	5 784	105	199 834	65,1	7 993	146	488 521	62,3	5 489	100
- services techniques	12 697	6,8	668	109	18 312	6,0	732	120	54 403	6,9	611	100
- ventes et promotions	25 438	13,6	1 338	128	33 044	10,8	1 322	127	92 954	11,8	1 044	100
- administration et frais généraux	38 827	20,8	2 044	122	55 710	18,2	2 228	133	148 825	19,0	1 672	100
Total des dépenses (000)	186 863	100,0	9 835	112	306 900	100,0	12 276	139	784 704	100,0	8 817	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 4.28

Effectifs, salaires versés et bénéfices de l'industrie de la télévision privée, 1986.

	Québec	Moyenne	Indice[a]	Ontario	Moyenne	Indice	Total canadien	Moyenne	Indice
Unités déclarantes	19	1	-	25	1	-	89	1	-
Effectifs moyens	1 990	105	123	2 644	106	125	7 554	85	100
Rémunérations et avantages sociaux compris dans les dépenses (000)	78 287	4 120	128	101 638	4 066	126	287 493	3 230	100
Rémunération moyenne par personne	-	39 340	103	-	38 441	101	-	38 058	100
Bénéfices (pertes) avant impôts sur le revenu (000)	41 658	2 193	106	70 911	2 836	137	184 093	2 068	100
Bénéfices (pertes) après impôts sur le revenu (000)	22 364	1 177	106	36 537	1 461	131	98 932	1 112	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

Chapitre 5 La câblodistribution

Description

5.1 Nombre de réseaux et nombre d'abonnés/région **94**
5.2 Petits et grands réseaux/région **95**

Propriété

5.3 Nombre de réseaux/concentration de la propriété **96**
5.4 Répartition des compagnies selon le nombre de leurs abonnés **97**

Contenu

5.5 Nombre de réseaux, d'abonnés, de services de télévision offerts **98**
5.6 Nombre de réseaux et d'abonnés/services de base offerts **99**
5.7 Nombre de réseaux et d'abonnés/services supplémentaires offerts **100**
5.8 Nombre de réseaux et d'abonnés/services de télévision payante **101**
5.9 Nombre de réseaux et d'abonnés/nombre de stations de radio offertes **102**

Pénétration-consommation

5.10 Pénétration et offre de câblodistribution **103**
5.11 Taux de pénétration en pourcentage **104**
5.12 Niveau de câblage en pourcentage **105**
5.13 Taux de branchement, offre et taux de pénétration/région **106**
5.14 Taux de pénétration de la TVP/région **107**
5.15 Abonnement au câble et à la TVP **108**
5.16 Abonnement et intention d'abonnement à un canal spécialisé **109**
5.17 Coût mensuel d'un canal spécialisé pour enfants **110**

Économie

5.18 Nombre de systèmes et d'abonnés **111**
5.19 Ménages desservis par les câblodistributeurs (plus de 1000 abonnés) **112**
5.20 Bilan de l'industrie, entreprises de plus de 1000 abonnés **113**
5.21 Recettes et dépenses de l'industrie (plus de 1000 abonnés) **114**
5.22 Effectifs, salaires et bénéfices (plus de 1000 abonnés) **115**

TABLEAU 5.1

Répartition régionale des réseaux de câblodistribution, des abonnés actuels et du nombre moyen d'abonnés par réseau, Québec, 1987.

Régions administratives	Réseaux		Abonnés actuels		Nombre moyen d'abonnés
	Nombre	%	Nombre	%	
Bas St-Laurent-Gaspésie	13	9,4	24 413	1,7	1 877
Saguenay-Lac-St-Jean	11	8,0	60 432	4,4	5 493
Québec	31	22,6	208 740	15,2	6 733
Trois-Rivières	22	16,0	105 819	7,7	4 809
Estrie	18	13,1	62 278	4,5	3 459
Montréal	26	18,9	813 547	59,5	31 290
Outaouais	2	1,4	52 320	3,8	26 160
Abitibi-Témiscamingue	7	5,1	25 530	1,8	3 647
Côte-Nord	6	4,3	14 000	1,0	2 333
Nouveau-Québec	1	0,7	12	0,0	12
Total	137	100,0	1 367 091	100,0	9 978

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.2

Répartition régionale des réseaux de câblodistribution, selon le nombre d'abonnés, Québec, 1987.

Régions adminiinistratives	Moins de 1 000 abonnés		Plus de 1 000 abonnés		Total	
	N	%	N	%	N	%
Bas St-Laurent-Gaspésie	6	10,3	7	8,8	13	9,4
Saguenay-Lac-St-Jean	3	5,1	8	10,1	11	8,0
Québec	13	22,4	18	22,7	31	22,6
Trois-Rivières	10	17,2	12	15,1	22	16,0
Estrie	8	13,7	10	12,6	18	13,1
Montréal	11	18,9	15	18,9	26	18,9
Outaouais	-	-	2	2,5	2	1,4
Abitibi-Témiscamingue	2	3,4	5	6,3	7	5,1
Côte-Nord	4	6,8	2	2,5	6	4,3
Nouveau-Québec	1	1,7	-	-	1	0,7
Total	58	100,0	79	100,0	137	100,0

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.3

Répartition des réseaux de câblodistribution selon la concentration de la propriété et distribution décroissante des compagnies possédant 2 filiales ou plus, Québec, 1987.

Propriété	Nombre de réseaux	%	Nombre de compagnies	%
Unique (médias indépendants)[a]	90	65,6	90	89,1
Multiple (médias concentrés)[b]	47	34,3	11	10,8
Total	137	100,0	101	100,0

Rang	Nombre de réseaux	Nombre de compagnies	Total	%
1	11	1	11	23,4
2	6	1	6	12,7
3	5	2	10	21,2
4	4	2	8	17,0
5	3	2	6	12,7
6	2	3	6	12,7
Total	-	11	47	100,0

a) Appartenant à une compagnie possédant 1 filiale seulement.
b) Appartenant à une compagnie possédant 2 filiales ou plus.

Source: Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 5.4

Répartition des compagnies de câblodistribution selon l'ordre décroissant du nombre de leurs abonnés, Québec, 1987.

Rang de la compagnie	Nombre d'abonnés		Nombre de réseaux	
	N	%	N	%
1	750 073	54,8	6	4,3
2	185 500	13,5	1	0,7
3	59 239	4,3	11	8,0
4	50 200	3,6	1	0,7
5	28 600	2,0	1	0,7
6	25 730	1,8	3	2,1
7	20 124	1,4	5	3,6
8	19 371	1,4	5	3,6
9	18 670	1,3	4	2,9
10	15 000	1,0	1	0,7
11	194 584	14,2	99	72,2
Total	1 367 091	100,0	137	100,0

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1988.

TABLEAU 5.5

Répartition des réseaux de câblodistribution, des abonnés actuels et nombre moyen d'abonnés selon la quantité de services offerts en télévision, Québec, 1987.

Services offerts en télévision	Réseaux		Abonnés actuels		Nombre moyen d'abonnés
	Nombre	%	Nombre	%	
2-12	51	37,2	33 407	2,4	655
13-18	37	27,0	68 660	5,0	1 855
19-35	49	35,7	1 265 024	92,5	25 816
Total	137	100,0	1 367 091	100,0	9 978

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.6

Répartition des réseaux de câblodistribution selon l'offre des différents services de base, Québec, 1987.

Services de base[a]	Offrent		N'offrent pas		Total		Abonnés actuels[b]	
	N	%	N	%	N	%	N	%
TVA	128	93,4	9	6,5	137	100,0	1 329 327	97,2
Radio-Québec	124	90,5	13	9,4	137	100,0	1 329 384	97,2
Quatre-Saisons	98	71,5	39	28,4	137	100,0	1 298 675	94,9
CANCOM TCTV	0	-	137	100,0	137	100,0	0	0,0
Assemblée nationale	1	0,7	136	99,2	137	100,0	3 763	0,2
Radio-Canada	131	95,6	6	4,3	137	100,0	1 329 308	97,2
Ch. des Communes	7	5,1	130	94,8	137	100,0	24 199	1,7
CBC	122	89,0	15	10,9	137	100,0	1 324 649	96,8
CTV	84	61,3	53	38,6	137	100,0	1 273 174	93,1
CANCOM Hamilton	6	4,3	131	95,6	137	100,0	5 364	0,3
CANCOM Edmonton	4	2,9	133	97,0	137	100,0	1 997	0,1
CANCOM Vancouver	5	3,6	132	96,3	137	100,0	6 825	0,4
Atlantic TV	3	2,1	134	97,8	137	100,0	3 757	0,2
House of Commons	1	0,7	136	99,2	137	100,0	780	0,0
GLOBAL	1	0,7	136	99,2	137	100,0	50 200	3,6
TVO	5	3,6	132	96,3	137	100,0	4 745	0,3
ABC	51	37,2	86	62,7	137	100,0	364 531	26,6
NBC	29	21,1	108	78,8	137	100,0	211 893	15,4
CBS	38	27,7	99	72,2	137	100,0	900 265	65,8
PBS	6	4,3	131	95,6	137	100,0	6 632	0,4
CANCOM Détroit	37	27,0	100	72,9	137	100,0	74 766	5,4
CANCOM États-Unis	2	1,4	135	98,5	137	100,0	1 355	0,0
Autres conv.	8	5,8	129	94,1	137	100,0	22 706	1,6
Canal communautaire	74	54,0	63	45,9	137	100,0	1 276 629	93,3
TVFQ	58	42,3	79	57,6	137	100,0	250 875	18,3
Autres CATV prog.	28	20,4	109	79,5	137	100,0	75 356	5,5
CATV non-prog.Type 1	33	24,0	104	75,9	137	100,0	1 093 813	80,0
CATV non-prog.Type 2	47	34,3	90	65,6	137	100,0	1 038 212	75,9

a) Par services de base, on entend les canaux 2 à 13 sur la bande THF.
b) Ces pourcentages sont calculés sur le total des abonnés au câble.

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.7

Répartition des réseaux de câblodistribution (137 réseaux égalent 100%), selon l'offre des différents services supplémentaires, Québec, 1987.

Services[a] supplémentaires	Offrent		N'offrent pas		Abonnés actuels	
	N	%	N	%	N	%[b]
TVA	34	24,8	103	75,1	1 083 778	79,2
Radio-Québec	1	0,7	136	99,2	10 123	0,7
Quatre-Saisons	7	5,1	130	94,8	27 021	1,9
CANCOM TCTV	0	-	137	100,0	0	0,0
Assemblée nationale	9	6,5	128	93,4	488 122	35,7
Radio-Canada	38	27,7	99	72,2	1 105 203	80,8
Ch. des Communes	39	28,4	98	71,5	1 005 150	73,5
CBC	20	14,5	117	85,4	323 028	23,6
CTV	7	5,1	130	94,8	791 086	57,8
CANCOM Hamilton	1	0,7	136	99,2	5 260	0,3
CANCOM Edmonton	1	0,7	136	99,2	5 260	0,3
CANCOM Vancouver	4	2,9	133	97,0	9 202	0,6
Atlantic TV	0	-	137	100,0	0	0,0
House of Commons	5	3,6	132	96,3	28 226	2,0
GLOBAL	0	-	137	100,0	0	0,0
TVO	16	11,6	121	88,3	854 318	62,4
ABC	19	13,8	118	86,1	902 860	66,0
NBC	18	13,1	119	86,8	981 578	71,8
CBS	6	4,3	131	95,6	226 812	16,5
PBS	28	20,4	109	79,5	1 127 402	82,4
CANCOM Détroit	30	21,8	107	78,1	121 498	8,8
CANCOM É-U	0	-	137	100,0	0	0,0
Autres conv.	5	3,6	132	96,3	12 727	0,9
Canal communautaire	0	-	137	100,0	0	0,0
TVFQ	27	19,7	110	80,2	1 057 744	77,3
Super-Écran	76	55,4	61	44,5	1 298 202	94,9
First Choice	41	29,9	96	70,0	1 224 762	89,5
Much Music	61	44,5	76	55,4	1 271 111	92,9
TSN	63	45,9	74	54,0	1 268 915	92,8
CNN	7	5,1	130	94,8	946 513	69,2
Autres TVP	0	-	137	100,0	0	0,0
Autres CATV prog.	33	24,0	104	75,9	1 142 204	83,5
CATV non-prog.Type 1	30	21,8	107	78,1	1 123 896	82,2
CATV non-prog.Type 2	20	14,5	117	85,4	1 043 923	76,3
Autres CATV non-pr.	1	0,7	136	99,2	5 809	0,4

a) Par services supplémentaires, on entend les services accessibles au moyen d'un câblosélecteur.
b) Ces pourcentages sont calculés sur le total des abonnés au câble.
Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Publicorp Com., juin 1987.

TABLEAU 5.8

Répartition des réseaux de câblodistribution, selon l'offre de la télévision payante et le nombre d'abonnés à la TVP, Québec, 1987.

Service de télévision payante	Réseaux		Abonnés actuels	
	Nombre	%	Nombre	%
Aucun	60	43,7	2 957	2,0
Super-Écran	32	23,3	8 259	5,7
Super-Écran et First Choice	45	32,8	133 575	92,2
Total	137	100,0	144 791	100,0

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.9

Répartition des réseaux de câblodistribution selon le nombre de stations de radio offertes, Québec, 1987.

Nombre de stations de radio offertes	Réseaux		Abonnés actuels	
	Nombre	%	Nombre	%
Aucun	18	13,1	8 188	0,5
1	9	6,5	22 092	1,6
2	4	2,9	6 540	0,4
3	3	2,1	10 773	0,7
4	6	4,3	18 823	1,3
5	4	2,9	3 640	0,2
6	4	2,9	31 007	2,2
7	3	2,1	3 075	0,2
8	8	5,8	21 034	1,5
9	6	4,3	5 539	0,4
10	7	5,1	6 685	0,4
11	6	4,3	18 703	1,3
12	11	8,0	21 236	1,5
13	6	4,3	38 999	2,8
14	6	4,3	45 056	3,2
15	6	4,3	17 684	1,2
16	9	6,5	17 328	1,2
18	2	1,4	48 393	3,5
Plus de 18	19	13,8	1 022 296	74,7
Total	137	100,0	1 367 091	100,0

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.10

Répartition régionale des statistiques de câblodistribution, Québec, 1987.

Régions administratives	Nombre d'abonnés	Abonnés potentiels	Foyers dans la zone	Foyers totaux	Taux de pénétration	Niveau de câblage	Taux de branchement	Offre de câblodistribution
Bas St-Laurent-Gaspésie	24 413	36 318	37 247	75 700	67,2	97,5	32,2	47,9
Saguenay, Lac-St-Jean	60 432	80 004	80 004	89 800	75,5	100,0	67,2	89,0
Québec	208 740	276 036	287 844	345 100	75,6	95,8	60,4	79,9
Trois-Rivières	105 819	128 124	128 124	172 800	82,5	100,0	61,2	74,1
Estrie	62 278	71 617	73 200	93 700	86,9	97,8	66,4	76,4
Montréal	813 547	1 327 363	1 380 951	1 405 500	61,2	96,1	57,8	94,4
Outaouais	52 320	62 175	62 175	103 600	84,1	100,0	50,5	60,0
Abitibi-Témiscamingue	25 530	39 038	40 595	49 900	65,3	96,1	51,1	78,2
Côte-Nord	14 000	22 676	24 145	32 000	61,7	93,9	43,7	70,8
Nouveau-Québec	12	12	12	9 500	100,0	100,0	0,1	0,1
Total	1 367 091	2 043 363	2 105 474	2 377 600	66,9	97,0	57,4	85,9

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.
Population estimée par le Bureau de la statistique du Québec, juin 1987.

TABLEAU 5.11

Répartition des réseaux de câblodistribution selon leur taux de pénétration, Québec, 1987.

Taux de pénétration[a] en pourcentage	Réseaux		Abonnés actuels		Nombre moyen d'abonnés
	Nombre	%	Nombre	%	
0-59,9 %	19	13,8	577 498	42,2	30 394
60-74,9 %	19	13,8	400 463	29,2	21 077
75-89,9 %	46	33,5	306 672	22,4	6 666
90-94,9 %	27	19,7	36 002	2,6	1 333
95-100 %	26	18,9	46 456	3,3	1 809
Total	137	100,0	1 367 091	100,0	9 978

a) Taux de pénétration: (nombre d'abonnés actuels x 100) / nombre d'abonnés potentiels.

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.12

Répartition des réseaux de câblodistribution selon leur niveau de câblage, Québec, 1987.

Niveau de câblage en pourcentage[a]	Réseaux		Abonnés actuels		Nombre moyen d'abonnés
	Nombre	%	Nombre	%	
40-89,9 %	20	14,5	33 108	2,4	1 655
90-95,9 %	21	15,3	233 865	17,1	11 136
96-97.9 %	34	24,8	755 929	55,2	22 233
98-99,9 %	43	31,3	222 392	16,2	5 171
100 %	19	13,7	121 797	8,6	6 410
Total	137	100,0	1 367 091	100,0	9 978

a) Niveau de câblage: (nombre d'abonnés potentiels x 100) / nombre de foyers dans la zone.

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.13

Répartition régionale du taux de branchement et de l'offre de câblodistribution, Québec, 1987.

Régions administratives	Taux de branchement[a]	Offre de câblodistribution[b]	Taux de pénétration[c]
Bas St-Laurent-Gaspésie	32,2	47,9	67,2
Saguenay-Lac-St-Jean	67,2	89,0	75,5
Québec	60,4	79,9	75,6
Trois-Rivières	61,2	74,1	82,5
Montréal	57,8	94,4	61,2
Outaouais	50,5	60,0	84,1
Abitibi-Témiscamingue	51,1	78,2	65,3
Côte-Nord	43,7	70,8	61,7
Nouveau-Québec	0,1	0,1	100,0
Total	57,4	85,9	66,9

a) Taux de branchement: (nombre d'abonnés actuels dans la région x 100) / nombre total de foyers dans la région.

b) Offre de câblodistribution: (nombre d'abonnés potentiels dans la région x 100) / nombre total de foyers dans la région.

c) Taux de pénétration: (nombre d'abonnés actuels dans la région x 100) / nombre d'abonnés potentiels dans la région.

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.14

Répartition régionale du taux de pénétration de la télévision payante, du nombre d'abonnés à la TVP, du nombre d'abonnés au câble, et du nombre de réseaux offrant la TVP, Québec, 1987.

Régions administratives	Taux de[a] pénétration de la TVP en %	Nombre d'abonnés à la TVP		Nombre d'abonnés aux réseaux offrant la TVP		Nombre de réseaux offrant la TVP
		N	%	N	%[b]	
Bas St-Laurent-Gaspésie	12,9	2 441	1,6	18 883	1,4	6
Saguenay-Lac-St-Jean	15,3	9 263	6,3	60 432	4,4	11
Québec	12,1	24 331	16,8	199 657	14,6	18
Trois-Rivières	9,7	8 644	5,9	88 343	6,5	11
Estrie	11,8	6 283	4,3	53 239	3,9	8
Montréal	10,4	82 952	57,2	790 712	57,8	14
Outaouais	10,1	5 077	3,5	50 200	3,7	1
Abitibi-Témiscamingue	11,4	2 748	1,8	24 008	1,8	5
Côte-Nord	23,4	3 052	2,1	12 993	1,0	3
Total	11,1	144 791	100	1 298 467	94,9	77

a) Taux de pénétration de la TVP: (nombre d'abonnés à la TVP x 100) / nombre d'abonnés actuels aux réseaux offrant la TVP.
b) Pourcentages calculés sur le total provincial d'abonnés actuels au câble, i.e. 1 367 091.

Source: Oakley, Robbie et Neil, Matthews CATV, Pointe-Claire, Publicorp Communications, juin 1987.

TABLEAU 5.15

Répartition procentuelle de la description de l'appareil de télévision, de l'abonnement actuel et de l'intention d'abonnement à la télévision payante, selon la langue, la scolarité et le revenu, Québec, 1985.

		Langue		Scolarité			Revenu				Total[a]
		Fran	Angl.	0-8	9-13	14+	Moins 15M	15 à 25M	25 à 35M	35M +	
Description de l'appareil de télévision											
Téléviseur sans câble		48	36	60	44	39	58	47	50	33	46
Téléviseur avec câble		15	18	16	15	16	19	19	15	11	15
Câble et câblosélecteur		37	46	24	41	44	23	33	35	56	38
Pas de téléviseur		0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Total	%	86,9	13,1	23,2	45,1	31,7	25,5	21,0	22,3	31,2	100
	N	521	78	140	272	191	153	126	134	187	603
Abonnement à la télévision payante											
oui - présentement		13	16	9	17	12	10	8	18	17	14
oui - déjà		6	0	3	7	3	4	9	5	3	5
Non jamais, sans réponse		81	84	88	75	85	86	83	77	80	81
Total	%	84,3	15,7	17,4	46,9	35,7	19,9	20,2	20,8	39,1	100
	N	269	50	56	151	115	64	65	67	126	322
Télévision payante											
Canal français		50	0	68	42	30	43	32	63	30	41
Canal anglais		19	89	0	28	51	29	0	22	45	32
Les deux		31	0	32	30	13	27	68	15	20	25
Ne sait pas, sans réponse		0	11	0	0	7	0	0	0	4	2
Total	%	81,8	18,2	11,1	57,8	31,1	13,6	11,4	27,3	47,7	100
	N	36	8	5	26	14	6	5	12	21	44
Intention d'abonnement à la télévision payante											
Très ou assez probable		5	1	5	6	3	4	3	6	4	4
Peu/pas du tout probable		95	99	95	94	97	96	97	94	96	96
Total	%	87,3	12,7	24,2	44,2	31,6	26,5	21,5	22,0	30,0	100
	N	483	70	135	246	176	147	119	122	166	557

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100% car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

TABLEAU 5.16

Répartition procentuelle de l'abonnement actuel et de l'intérêt d'abonnement à un canal spécialisé, selon le sexe, l'âge et la scolarité, Québec, 1985.

Type de canal spécialisé		Sexe		Age				Scolarité			Total[a]
		Masc.	Fém.	18-29	30-44	45-59	60+	0-8	9-13	14+	
Sports											
Oui abonné		12	9	12	12	9	6	7	13	9	10
Non, pas intéressé		73	82	73	75	79	88	85	74	77	78
Non, intéressé et NSP, NRP		15	10	15	14	6	15	9	13	14	12
Vidéos de musique rock											
Oui abonné		6	9	7	11	7	2	4	10	7	7
Non, pas intéressé		82	80	73	78	84	92	82	78	83	81
Non, intéressé et NSP, NRP		13	12	11	12	8	7	14	12	9	12
Émissions de nouvelles											
Oui abonné		9	10	10	10	7	11	6	13	7	10
Non, pas intéressé		62	70	61	62	73	72	74	63	65	66
Non, intéressé et NSP, NRP		29	20	29	28	20	17	20	24	28	24
Émissions pour enfants											
Oui abonné		8	7	7	11	6	5	7	10	5	8
Non, pas intéressé		75	77	72	66	84	88	75	73	80	76
Non, intéressé et NSP, NRP		17	15	20	24	10	7	19	17	15	17
Total	%	48,7	51,3	31,2	27,7	21,2	20,2	23,3	45,2	31,5	100
	N	292	308	187	166	127	121	140	271	189	600

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100% car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, décembre 1985 (échantillon national de 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile; pour cette question, 600 répondants).

TABLEAU 5.17

Répartition procentuelle de la perception du coût mensuel acceptable pour un canal spécialisé pour enfants, selon le sexe, l'âge et la scolarité, Québec, 1984.

		Sexe		Age			Scolarité			Total[a]
		Masc.	Fém.	18-29	30-44	45+	0-8	9-13	14+	
Coût d'un canal pour enfants										
	0,50$	5	26	18	7	14	20	13	6	12
	0,75$	3	8	7	0	14	10	5	0	5
	1,00$	34	25	22	42	14	8	29	49	30
	2,00$	47	21	41	36	29	16	40	45	37
	NSP/NRP	12	21	12	16	29	47	13	0	15
Total	%	59,3	40,7	40,0	49,1	11,9	18,6	55,9	25,4	100
	N	35	24	23	29	7	11	33	15	59

a) Les totaux n'arrivent pas toujours exactement à 100% car les résultats sont arrondis par l'ordinateur.

Source: Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, septembre 1984 (échantillon national de 597 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile; pour cette question, 59 répondants).

TABLEAU 5.18

Nombre de systèmes de télédistribution et d'abonnés, 1986.

	Québec		Ontario		Le reste du Canada		Canada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Systèmes titulaires d'une licence	235	100,0	236	100,0	600	100,0	1 071	100,0
Systèmes inexploités	13	5,5	44	18,6	93	15,5	150	14,0
Systèmes exploités	222	94,5	192	81,4	507	84,5	921	86,0
Unités déclarantes	183	24,6	165	22,1	397	53,3	745	100,0
Nombre d'abonnés directs	1 280 282	24,1	2 044 314	38,5	1 983 974	37,4	5 308 570	100,0
Nombre d'abonnés indirects	37 395	5,4	323 984	46,5	334 731	48,1	696 110	100,0
Nombre total d'abonnés	1 317 677	21,9	2 368 298	39,4	2 318 705	38,6	6 004 680	100,0
Nombre moyen d'abonnés par unité déclarante	7 200		14 353		5 841		8 060	100,0
(indice[a])	(89)		(178)		(72)		(100)	

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-205, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 5.19

Ménages desservis par les titulaires de licences de télédistribution desservant plus de 1 000 abonnés, 1986.

	Québec			Ontario			Canada		
	Nombre	Moyenne	Indice[a]	Nombre	Moyenne	Indice	Nombre	Moyenne	Indice
Unités déclarantes	112	1	-	139	1	-	533	1	-
Abonnés directs	1 253 364	11 191	114	2 035 864	14 647	149	5 228 327	9 809	100
Abonnés indirects	36 847	329	25	323 555	2 328	179	693 179	1 301	100
Abonnés actuels	1 290 211	11 520	104	2 359 419	16 974	153	5 921 506	11 110	100
Abonnés potentiels	1 944 827	17 365	122	2 876 926	20 697	146	7 579 148	14 220	100
Ménages dans la zone de desserte	2 049 818	18 302	124	2 965 354	21 333	145	7 842 713	14 714	100
Taux de pénétration	66,3%	-	82	82,0%	-	109	78,1%	-	100
Niveau de câblage	94,9%	-	97	97,0%	-	101	96,6%	-	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne ou taux provincial}}{\text{moyenne ou taux canadien}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-205, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 5.20

Bilan des titulaires de licences de télédistribution desservant plus de 1 000 abonnés, 1986.

	Québec			Ontario			Canada		
	Nombre	Moyenne	Indice[a]	Nombre	Moyenne	Indice	Nombre	Moyenne	Indice
Nombre d'entreprises	59	1	-	59	1	-	226	1	-
Total de l'actif (000)	302 738	5 131	82	521 772	8 844	142	1 406 871	6 225	100
Total du passif (000)	218 246	3 699	77	432 119	7 324	153	1 083 140	4 793	100
Total de l'avoir des actionnaires (000)	84 492	1 432	100	89 653	1 520	106	323 731	1 432	100
Ratio d'endettement[b]	72,1%	72,1%	100	82,8%	82,8%	106	77,0%	77,0%	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne ou ratio provincial}}{\text{moyenne ou ratio canadien}} \times 100$

b) Ratio d'endettement = $\frac{\text{total du passif}}{\text{total de l'actif}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-205, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 5.21

Recettes et dépenses d'exploitation des titulaires de licences de télédistribution desservant plus de 1 000 abonnés, 1986.

	Québec				Ontario				Canada			
	$	%	Moyenne	Indice[a]	$	%	Moyenne	Indice	$	%	Moyenne	Indice
Nombre d'unités déclarantes	112		1	-	139		1	-	533		1	-
Recettes d'exploitation												
Abonnés directs	174 121 997	94,3	1 554 661	124	240 369 594	88,0	1 729 278	138	667 608 377	88,8	1 252 549	100
Abonnés indirects	2 132 053	1,2	19 036	22	18 700 764	6,8	134 538	157	45 532 349	6,1	85 427	100
Installation	6 808 335	3,7	60 789	91	13 903 441	5,1	100 025	150	35 594 183	4,7	66 781	100
Autres recettes	1 514 254	0,8	13 520	208	222 238	0,1	1 599	25	3 472 174	0,5	6 514	100
Total	184 576 639	100	1 648 006	117	273 196 037	100	1 965 439	139	752 207 083	100	1 411 270	100
Dépenses d'exploitation												
Production d'émissions	12 879 924	11,2	114 999	139	14 312 674	9,4	102 969	124	44 154 120	9,9	82 841	100
Services techniques	46 088 039	40,1	411 500	110	68 620 559	45,1	493 673	132	199 679 590	44,6	374 633	100
Ventes et promotions	10 001 154	8,7	89 296	171	10 491 106	6,9	75 476	144	27 896 774	6,2	52 339	100
Administration et frais généraux	46 096 012	40,1	411 572	125	58 634 127	38,6	421 828	128	176 089 526	39,3	330 374	100
Total	115 065 129	100	1 027 367	122	152 058 466	100	1 093 946	130	447 820 010	100	840 188	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-205, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

TABLEAU 5.22

Effectifs, salaires versés et bénéfices des titulaires de licences de télédistribution desservant plus de 1 000 abonnés, 1986.

	Québec			Ontario			Canada		
	Nombre	Moyenne	Indice[a]	Nombre	Moyenne	Indice	Nombre	Moyenne	Indice
Unités déclarantes	112	1	-	139	1	-	533	1	-
Moyenne hebdomadaire de l'effectif	1 906	17	124	2 715	20	142	7 317	14	100
Total des rémunérations	57 334 802	511 918	133	71 674 537	515 644	134	205 136 763	384 872	100
Rémunération moyenne par employé	-	30 081	107	-	26 399	94	-	28 036	100
Bénéfice (perte) avant impôts	35 966 725	321 131	122	53 395 879	384 143	146	140 092 522	262 838	100
Bénéfice (perte) après impôts	21 720 643	193 934	139	26 227 236	188 685	135	74 406 828	139 600	100

a) Indice = $\frac{\text{moyenne provinciale}}{\text{moyenne canadienne}} \times 100$

Source: Statistique Canada, Catalogue 56-205, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

BIBLIOGRAPHIE

Tous les secteurs

Inspecteur général des institutions financières, Fichier central des entreprises, Québec, juillet 1987.

Ministère des Affaires municipales, Répertoire des municipalités du Québec 1987, Québec, 1987.

Bureau de la statistique du Québec, Estimation de la population du Québec, juin 1987.

Centre de recherche sur l'opinion publique, Bulletin CROP et Sondage Omnibus, Montréal, novembre 1983, septembre 1984 et décembre 1985 (échantillons nationaux de 581, 597 et 602 personnes de 18 ans et plus, interviewées à domicile).

Presse écrite

Canadian Advertising Rates and Data, (CARD), Toronto, Maclean-Hunter ltée, octobre 1987.

Liste des membres de l'AHR, Association des éditeurs de la presse hebdomadaire régionale francophone, juillet 1987.

Multi Réso, La presse écrite au Québec. Bilan et prospective, ministère des Communications, Québec, 1977.

Radio et télévision

CRTC, Décisions, Stations de radio et de télévision en ondes au 31 août 1987, excluant les stations amérindiennes et inuit, Québec.

CRTC, Promesses de réalisation des titulaires de licence en vigueur au 31 août 1987, Québec.

Sondages BBM, Québec, Télévision automne 1982, compilation Statistique Canada, Projet Télévision, Ottawa, février 1985.

Sondages BBM, Québec, Radio automne 1982, compilation spéciale BBM, Toronto, novembre 1984.

Sondages BBM, Québec, Télévision, Reach/Portée, automnes 1968 à 1988, Toronto.

Sondages BBM, Micro-BBM, automnes 1986 à 1988, Toronto.

Statistique Canada, Catalogue 56-204, Radiodiffusion et Télévision 1986, Ottawa, avril 1988.

Câblodistribution

Oakley, Robbie et Neil, MATTHEWS CATV, Pointe-Claire, PUBLICORP Communications Inc., juin 1987.

Statistique Canada, Catalogue 56-205, Télédistribution 1986, Ottawa, avril 1988.

Cette publication peut être obtenue gratuitement en téléphonant ou en adressant une demande à:

Jean Savard
Direction des communications
Ministère des Communications
Gouvernement du Québec
Édifice G, 3e étage, Tour
Québec (Québec) G1R 4Y7
(418) 643-1529
Télécopie: (418) 643-9226

Cet ouvrage est destiné aux chercheurs des milieux de l'enseignement, de la publicité et des médias, de même qu'à toute personne, institution ou entreprise intéressée à disposer de statistiques sur les médias québécois.

Le lecteur y trouvera des informations sur les quatre grands secteurs de communications : PRESSE ÉCRITE, RADIO, TÉLÉVISION et CÂBLODISTRIBUTION.

Imprimé au Québec, Canada

Gouvernement du Québec
Ministère des
Communications